

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA: ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN
DEL GOBIERNO DEL ECUADOR DURANTE EL PERIODO 2009-2013

AUTORA:
JUDDY LISSETE RODRÍGUEZ BERMEO

DIRECTOR:
MIGUEL ANGEL SOTO SANDOVAL

Quito, junio del 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo Juddy Lissete Rodríguez Bermeo autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, junio del 2013

Rodríguez Bermeo Juddy Lissete
1724080054

DEDICATORIA

A Dios, quien guía mi camino siempre, a mis padres Julián e Inés, que son la razón por la cual día a día sigo luchando ante las adversidades, como también a mi amigo, mi cómplice, mi gran amor José, a todos ellos que han hecho de esta aventura a la que llamo vida, algo totalmente grato y sorprendente.

AGRADECIMIENTO

Al finalizar mis estudios en la Carrera de Comunicación Social, quiero expresar mi profunda gratitud a la Universidad Politécnica Salesiana, a sus autoridades, personal administrativo y a todos los compañeros con quienes he tenido la satisfacción de vivir gratos y memorables momentos.

Agradezco en forma especial, a mi amigo y tutor Miguel Ángel Soto Sandoval por su acertada dirección en la elaboración de la presente tesis.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	4
LA POLITICA DE TRANSFORMACION ESTRUCTURAL DE LA COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR	
1.1 Ideología y comunicación	4
1.1.1 Los modelos comunicacionales relativos a los modos de producción en el conflicto	5
1.1.1.1 El modelo capitalista	5
1.1.1.2 El modelo socialista marxista	8
1.1.1.3 El modelo socialista del Siglo XXI	11
1.2 Vinculación: Innovación tecnológica-comunicación-cambio en las relaciones de poder	14
1.3 La Política de Comunicación Pública antes de la Revolución Ciudadana	15
1.3.1 Concepción de la Comunicación Publica según el modelo neoliberal	17
1.3.2 La Política de comunicación en el Marco de la Constitución de 1998	19
1.4 El poder factico de los medios de comunicación	19
CAPITULO II	21
COMUNICACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS	
2.1 Concepción de la comunicación Pública	21
2.2 Política de comunicación Publica del Gobierno de la Revolución Ciudadana	22
2.2.1 La Política de comunicación Pública según la nueva constitución del 2008	24
2.2.1.1 Modificaciones del derecho a la comunicación	26

2.2.1.2 Creación de medios de comunicación social y el acceso a las frecuencias radioeléctricas	28
2.2.1.3 Acceso a las tecnologías de información y comunicación	30
2.2.1.4 Acceso y uso de todas formas de comunicación	31
2.2.1.5 Participación ciudadana en la comunicación	31
2.2.1.6 Fomento estatal de la comunicación	32
2.2.1.7 Regulación de contenidos en la programación de los medios de comunicación	33
2.2.1.8 Prohibición de emitir publicidad	33
2.2.1.9 Garantía del estado de informar y emitir opiniones	34
2.2.1.10 El sistema de comunicación social	35
2.2.2 La Política de comunicación Pública según el Proyecto de ley de Comunicación	39
2.2.2.1 Principios de derechos de comunicación	39
2.2.2.2 El sistema de comunicación social	41
2.2.2.3 Regulación de contenidos	46
2.2.2.4 Los medios de comunicación social	47
2.2.2.5 El espectro radioeléctrico	48
2.2.3 Los medios de comunicación como instrumentos políticos de la Revolución Ciudadana	51

CAPITULO III 54

ANALISIS DEL SUMAK KAWSAY Y LAS NUEVAS POLÍTICAS

3.1 La Política de comunicación según el Plan Nacional del Buen Vivir	54
3.1.1 Fundamentos de la nueva Política de comunicación del Buen Vivir	54
3.1.1.1 Abandono del concepto de desarrollo	55
3.1.1.2 La adopción del concepto del Buen Vivir	56
3.1.1.3 Los principios del Buen Vivir	57
3.1.1.4 El contexto socialista del Buen Vivir	64
3.1.1.5 Principios de la comunicación pública del Buen Vivir	65
3.2 Resultados del proceso de transformación estructural de la comunicación pública en el Ecuador	71
3.2.1 Democratización de la propiedad y acceso a los medios de	71

comunicación	
3.2.2 Diversidad de las formas de propiedad y organización de los medios de comunicación	72
3.2.3 Cambio en las relaciones de poder entre Estado-Ciudadanía-Empresas Privadas de comunicación	73
3.2.4 Avance en la construcción del nuevo modelo comunicacional del Gobierno de la Revolución Ciudadana	74
CAPITULO IV	77
REVISITANDO LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR	
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES	90
LISTA DE REFERENCIAS	91

RESUMEN

El Plan Nacional para el Buen Vivir, pretende ser un instrumento que contiene elementos de ruptura que establecen “las transformaciones sustantivas requeridas desde la acción pública para un verdadero cambio de modelo orientado al Buen Vivir” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 18), y que apuntala “el proceso de transformación estructural del Ecuador en el largo plazo” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 17), con “orientaciones éticas y principios que marcan el camino hacia un cambio radical que conduzca hacia la construcción de una sociedad justa, libre y democrática” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 10). De esta forma, el objetivo de la planificación nacional, ya no es el “desarrollo” desde esa antigua perspectiva unilineal de la historia, sino la construcción de la sociedad del Buen Vivir.

Con este enfoque el Plan Nacional para el Buen Vivir prevé la ejecución de una serie de políticas y estrategias, entre las que se incluye la política y lineamientos para garantizar el ejercicio del derecho a una “comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 293); y la estrategia de conectividad y telecomunicaciones que viabilice la transición del Ecuador hacia una sociedad de la información y el conocimiento.

ABSTRACT

The “Plan Nacional del Buen Vivir”, aims to be an instrument that contains elements that break down "the substantive changes required from public action for real change oriented model Good Life" (Plan Nacional del Buen Vivir, 2009, p. 18), and which underpins "the process of structural transformation of Ecuador in the long run" (Plan Nacional del Buen Vivir, page 17.), with "ethical guidelines and principles that point the way to a radical change that will lead to the construction of a just, free and democratic "(Plan Nacional del Buen Vivir, p. 10). Thus, the objective of national planning is no longer the "development" from that old unilinear view of history, but the building society of Good Living.

With this approach the “Plan Nacional del Buen Vivir” provides for the implementation of a number of policies and strategies, which include policy and guidelines to ensure the exercise of the right to a "free communication, intercultural, inclusive, responsible, diverse and participatory "(Plan Nacional del Buen Vivir, p. 293), and the connectivity and telecommunications strategy that would facilitate the transition from Ecuador towards a society of information and knowledge.

INTRODUCCIÓN

El Gobierno del Ecuador, en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 - 2013, señala que su reto consiste en materializar y radicalizar el proyecto de cambio de la “Revolución Ciudadana”, construir un Estado Plurinacional e Intercultural y alcanzar el Buen vivir de todas y todos los ecuatorianos. Enfatiza que este Plan “recoge y busca concretar las revoluciones delineadas en el proyecto de cambio de la Revolución Ciudadana” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 9).

Según el Consejo Nacional de Planificación (2009) el Plan Nacional para el Buen Vivir, pretende ser un instrumento que contiene elementos de ruptura que establecen “las transformaciones sustantivas requeridas desde la acción pública para un verdadero cambio de modelo orientado al Buen Vivir” (pág. 18), y que apuntala “el proceso de transformación estructural del Ecuador en el largo plazo” (pág. 17), con “orientaciones éticas y principios que marcan el camino hacia un cambio radical que conduzca hacia la construcción de una sociedad justa, libre y democrática” (pág. 10). De esta forma, el objetivo de la planificación nacional, ya no es el “desarrollo” desde esa antigua perspectiva unilineal de la historia, sino la construcción de la sociedad del Buen Vivir.

Desde que el presidente Rafael Correa asumió el poder, se han observado algunos cambios enfocados en la práctica del Buen Vivir, sobre todo en el área social, así se puede destacar la obra ejecutada por la Vicepresidencia de República en cuanto a la Misión Solidaria Manuela Espejo, la labor realizada en beneficio de los niños de las calles, la disminución de las barreras en cuanto a educación, entre otros; sin embargo, también es cierto que queda mucho todavía por hacer.

Con este enfoque el Plan Nacional para el Buen Vivir prevé la ejecución de una serie de políticas y estrategias, entre las que se incluye la política y lineamientos para garantizar el ejercicio del derecho a una “comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 293); y la estrategia de conectividad y telecomunicaciones que viabilice la transición del Ecuador hacia una sociedad de la información y el conocimiento.

Por cierto que el reconocimiento y garantía del derecho al ejercicio de una comunicación en las condiciones y características señaladas, y el estímulo, promoción y fomento del acceso a los medios e instrumentos de comunicación e información contenidos en el Plan Nacional para el Buen Vivir, apuntan a crear condiciones de igualdad de oportunidades, mayor participación ciudadana, a recrear la interculturalidad, valorar la diversidad y fortalecer la identidad plurinacional ecuatoriana y, en general, a profundizar el goce de los derechos establecidos en la constitución y a promover la justicia en todas sus dimensiones, como señala el mismo Plan.

Sin embargo, revisado el contenido del plan podemos colegir, a priori, que este instrumento de transformación social no incluye una política y estrategia explícita dirigidas a modificar radicalmente las relaciones sociales de producción (propiedad de los medios de producción) en el campo de la comunicación, así como tampoco plantea como superar el obstáculo que representa el “poder fáctico” de los propietarios de dichos medios, al objetivo gubernamental de construir una sociedad con una cultura comunicacional, en la que los medios de información y comunicación tengan como finalidad privilegiar los derechos humanos, la equidad de género, el reconocimiento de las diversidades e interculturalidad, la entrega de espacios de comunicación pública para la educación alternativa y/o masiva. antes que sus objetivos de rentabilidad. Como se afirma en el mismo Plan Nacional para el Buen Vivir, “sin actuar sobre las fuentes de las desigualdades económicas y políticas no cabe pensar en una sociedad plenamente libre” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 33).

De lo expuesto se desprenden algunos interrogantes, tales como: ¿El gobierno nacional tiene una estrategia implícita para enfrentar el poder de los medios de comunicación? ¿Cuán determinante es el “poder fáctico” de los medios de comunicación para detener u obstaculizar el proceso de la “revolución ciudadana” del gobierno del Ecuador? ; ¿En qué consiste y cuan radical es el cambio que el gobierno de la “revolución ciudadana”, pretende dar a la comunicación en el país?; y ¿Hasta dónde se produciría la “democratización”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 11) de los medios de información y comunicación durante el gobierno de la “revolución ciudadana”? El esclarecimiento de estos interrogantes, así como la

determinación de la pertinencia de la política de comunicación que consta en la planificación del Gobierno Nacional, para avanzar en el proceso del cambio propuesto, son las tareas fundamentales que se pretende abordar en esta investigación y así determinar las modificaciones y reorientaciones que se pretende dar en el largo plazo al modelo comunicacional del Ecuador, y los avances logrados hasta ahora.

Para conseguir este objetivo, esta investigación se inserta en la corriente filosófica de pensamiento crítico, que concibe a la ciencia como resultado de la razón humana antes que de la razón instrumental, para lo cual la teoría crítica establece una clara distinción entre razón y el entendimiento, señalando que con la razón se piensa y con el entendimiento se conoce.

Vale la pena destacar lo planteado por el presidente Correa en torno al tema de la comunicación en el país: “control de los medios para que cumplan su función y no abusen de su poder” (Andes, 2013).

La Ley de Comunicación fue aprobada el 14 de junio por la Asamblea Nacional con el apoyo de la bancada oficialista, muchas fueron las reacciones que provocó la aprobación de dicha ley; así “los principales periódicos independientes ecuatorianos critican duramente y expresan su preocupación por los alcances de la nueva Ley...”(dw.de ecuador, 2013).

La ley mordaza como comúnmente la llaman los principales medios ecuatorianos es una nueva puerta que se abre en cuanto a la regulación de la comunicación en Ecuador, es preciso observar entonces en el camino cómo esta nueva ley cumple con las expectativas plantadas por el Buen Vivir.

CAPÍTULO I

LA POLÍTICA DE TRANSFORMACIÓN ESTRUCTURAL DE LA COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

1.1 Ideología y comunicación

Según Verón (2009), poco se comprende de la naturaleza y los efectos de la comunicación de masas en cuanto al estudio de las ideologías. “El análisis marxista clásico y la sociología actual no solo han cambiado las perspectivas teóricas e instrumentos metodológicos e ideológicos”. Los primeros porque han cambiado conceptos, los segundos porque los cambios han traído técnicas de encuestas y los terceros porque la pérdida del objetivo “ideología”, ha encontrado ideólogos.

A criterio de Verón, la intención de Marx era que la teoría de la ideología comprendiera el campo de lo que en la actualidad se conoce como “sociología de la cultura”.

Las ideologías bañan el campo de la comunicación social. “Se transfieren como sistemas generales y refuerzan las formas de organización cognitiva asociadas a la conciencia de clase” (Verón, 2009).

Según Verón (2009), la relación entre ideología y comunicación está sujeta a diferentes características como:

- a) La ideología no es una clase particular de mensaje o discurso, acaso un nivel de organización de los mensajes desde lo semántico. Así “cualquier material es susceptible de una lectura ideológica”(Verón, 2009).
- b) El nivel de significación se descubre al descomponer los mensajes. La lectura ideológica reside en detallar la organización incluida de los mensajes.
- c) Es posible definir como ideología, a un sistema de reglas semánticas que formulan un nivel de organización de los mensajes.

- d) La representación no visible de la función preceptiva en los mensajes ideológicos procede de “las propiedades mismas de la comunicación y no de una presunta intencionalidad de ocultamiento” (Verón, 2009).
- e) Cuando los mensajes poseen una función conativa manifiesta, habla de propaganda, entonces la función supuesta de los mensajes no debe ser confundida por la función ideológica.
- f) Un mismo mensaje puede ser sometido a múltiples lecturas. “El análisis ideológico se define de acuerdo a la búsqueda de categorías semánticas y será significativo cuando las estructuras de significación puedan ser vinculadas con procesos de conflicto a nivel social” (Verón, 2009).

1.1.1 Los modelos comunicacionales relativos a los modos de producción en conflicto

Los modelos de comunicación constituyen una especie de prototipos que admiten entender la comunicación desde una perspectiva teórica, un paradigma de pensamiento o un contexto histórico (Abatedaga, 2008).

Así los modelos sociológicos asumen la comunicación como un fenómeno social que ocurre entre personas, no obstante, no se debe olvidar que ellas conforman parte de un grupo primario que a su vez forman parte de estructuras sociales mayores; en el caso particular de este estudio se tomarán en cuenta el modelo capitalista, el socialista marxista y el socialista del siglo XXI.

1.1.1.1 El modelo capitalista

Para comprender lo que es el modelo capitalista en el tema comunicacional, es requerido indicar que la comunicación es un proceso a través del cual se transmite información que contiene sentimientos, significados y conceptos por diferentes medios (Hernández, 2010).

Los mensajes que se emiten tienen diferentes fines; así se puede decir que se comunica amor, odio, órdenes, manipulación, demagogia, mentiras, verdades e incluso pasiones. Lamentablemente la verdad puede ser manipulada al gusto de los propietarios de los medios de producción, de los medios masivos de comunicación, la información puede ser tergiversada, parcializada e incluso omitida a conveniencia, en muchos casos puede transmitirse “mensajes llenos de mentira con banderas de valor universal, una argumentación mediática”(Documentos de análisis, 2010).

La comunicación en el capitalismo utiliza diferentes medios y estos pueden ser combinados para ejercer una mayor influencia sobre los receptores y así crear una idea positiva o negativa de acuerdo a lo que el emisor desea conseguir sobre un tema determinado.

Bolaño (2011), señala que el Marxismo analiza en este campo al capitalismo y argumenta que:

- El capitalismo manipula al consumidor y explota al trabajador para conseguir la mayor rentabilidad permitida.
- La competencia aparece cuando la calidad mejora.
- La empresa privada ambiciona monopolizar para no generar competencia.
- Si los medios de comunicación son operados como capitalistas, únicamente buscarán su rentabilidad.
- El propietario constantemente va a lo seguro y busca que sea más barato.
- Cuando el consumidor o receptor pretende otra cosa, para el propietario, eso involucraría mayor riesgo.

En este sentido, se ofrecen programas o mensajes que no promuevan ni funden un pensamiento crítico. “Esto demuestra a que punto ha llegado la cultura capitalista y el sistema de control del capital sobre corazones y mentes” (Bolaño, 2011, pág. 140).

Según Abatedaga (2008), la reproducción capitalista exige la expansión creciente del consumo, de la explotación del trabajo y de la obtención de materias primas. La

acumulación de capital, que no es simple reproducción social es reproducción ampliada; es decir, que junto a la ampliación de la escala de producción y el consumo y a la profundización del dominio de la propiedad capitalista sobre la riqueza social, “también se da la ampliación constante de la escala, las formas y el dominio de la propiedad capitalista de la comunicación social” (p.101), esto implica que:

- Amplía el campo de acción de la fuerza de trabajo.
- Flexibiliza y amplía la sede del proceso de trabajo.
- Extiende el campo de explotación de la fuerza de trabajo y de apropiación de la naturaleza.
- Amplía, diversifica y estandariza el consumo doméstico.
- Extiende y complejiza las relaciones mercantiles.
- Modifica y refuerza los mecanismos de legitimación y dominación.

No únicamente son cambios de escala en la comunicación, también exige cambios cualitativos que llevan a códigos y lenguajes cada vez más abstractos y universales. “La representación icónica de los formatos de las pantallas de las computadoras y la digitalización que unifica texto, imagen y sonido en un único código binario, son una muestra de esta tendencia” (Abatedaga, 2008, pág. 102).

Para Abatedaga (2008), la propiedad capitalista establece en el proceso de producción y por extensión, en toda la sociedad una relación irregular entre las clases sociales; irregularidad que se expresa en la conformación de la comunicación social en el capitalismo.

“El modelo Emisor —>Receptor es la expresión gráfica de la comunicación en la producción capitalista. En el ámbito laboral el sujeto emisor activo es el capital o su vocero el burgués o el empleado fiel a éste. En el ámbito social más general es la gran empresa o los medios masivos a los que les paga para que digan por ella o los gobiernos que la representan. El receptor pasivo y obediente es el trabajador asalariado o su figura transmutada en consumidor doméstico y ciudadano subsumido al estado burgués” (Abatedaga, 2008, pág. 102).

Cabe mencionar que los modelos que plantean una comunicación multilateral entre múltiples emisores-receptores están representando la relación entre pares, es decir entre los representantes de diferentes capitales individuales y son soporte de la fábula de la igualdad entre propietarios privados que se relacionan en el mercado o ante el estado. “Este modelo cuando se generaliza de manera ficcional a todos los individuos iguales con los mismos derechos oculta la forma genuina de la comunicación capitalista” (Abatedaga, 2008, pág. 102).

Así Abatedaga (2008), comenta que la comunicación social es una de las relaciones técnicas de producción; además, la comunicación social fuera del ámbito laboral y del proceso de producción, “reproduce de forma más amplia y con más mediaciones en la sociedad el mismo modelo de subordinación que se dan en la empresa bajo el mado del capital” (Abatedaga, 2008, pág. 102).

1.1.1.2 En modelo socialista marxista

Hernández (2008), cita a Enric Saperas quien señala que la historia de la investigación de la comunicación durante los últimos cincuenta años, se puede clasificar en dos grandes tradiciones teóricas: la Teoría crítica marxista desarrollada por el Instituto de Investigaciones Sociales de Frankfurt y los estudios norteamericanos en comunicación bajo el calificativo de *Masscommunicationresearch*.

El primero comenzó a funcionar a partir de la década de los años veinte bajo el auspicio económico de Feliz Weil, quien reunió a un grupo de eminentes intelectuales marxistas. La Escuela de Frankfurt pese a que la Segunda Guerra Mundial había desterrado el régimen nazista, siempre mantuvo su firme convicción de no ceder ante posiciones políticas y culturales acomodaticias que legitimaran la explotación física y espiritual de la sociedad. Según Hernández (2008), algunos de los rasgos teóricos de esta Escuela son:

- Crítica al iluminismo, la teoría marxista al respecto denuncia:

“cualquier tipo de estrategia ideológica que pretenda persuadir a las personas para que comulguen con el conformismo social auspiciado por la burguesía y los sectores de poder que reproducen la ideología dominante mediante los aparatos ideológicos del Estado (escuela, sector militar, religión, educación) incluyendo los sistemas masivos de comunicación” (Hernández G. , 2008, pág. 75).

El pensamiento crítico-marxista objeta todas aquellas modalidades ideológicas de control social capitalista en donde predomina la razón instrumental y niega la auténtica transformación del hombre en el plano moral y material, quedando eliminado el humanismo y la libertad social como proyecto de vida. En este sentido bien cabe mencionar lo dicho por Fromm en 1986, citado por Hernández (2008):

“Disposición a renunciar a todas las formas de tener, para poder ser plenamente; (...) Aceptar el hecho de que nada exterior al individuo le da significado a su vida, sino que esta independencia radical y la no cosidad pueden llegar a ser la condición de la actividad plena dedicada a compartir e interesarse por sus semejantes; vivir sin adorar a ídolos y sin engaños (...); desarrollar la capacidad de amar y el pensamiento crítico, no sentimental; desprenderse del narcisismo y aceptar las trágicas limitaciones inherentes a la existencia humana; hacer el pleno desarrollo de sí mismo y del prójimo la meta suprema de vivir (...)” (Hernández G. , 2008, pág. 75)

- Crítica al estructural-funcionalismo, en este sentido la teoría marxista cuestiona la idea de que las instituciones sociales operen únicamente como un organismo biológico conectado cuyos elementos conforman una estructura que debe funcionar de manera armónica, sin considerar el descontento que pueda surgir de los seres humanos que, en muchas ocasiones, no aceptan las normas sociales que se les quiere imponer desde los sectores dominantes de poder(Hernández G. , 2008).
- Método dialéctico-crítico y freudiano de la sociedad. En este sentido la teoría marxista pretende desenmascarar las contradicciones fundamentales existentes en el seno de la sociedad y que giran en torno a la ideología, la alineación, la explotación, la represión psicológica, la libertad condicionada por la sociedad de consumo, las necesidades materiales, morales e intelectuales insatisfechas. Algunos de los rasgos del método dialéctico-crítico son: “los instintos, la sumisión, la represión, la racionalización y los

procesos de identificación y proyección que se manifiestan a nivel del inconsciente” (Hernández G. , 2008, pág. 77).

- Crítica a la Industria cultural. El término Industria cultural, acuñado por Therodor Adorno y Max Horkheimer, otorga que los medios masivos de comunicación homogenizan y abrevian la cultura, pervirtiéndola.

“El pesimismo de estos autores en torno a los medios masivos, la cultura y la sociedad de masas, aún continúa vigente, sobre todo en aquellos que consideran que los contenidos televisivos no merecen llamarse culturales (rango que sí se merece las Bellas Artes), porque son productos estandarizados, estereotipados y espectacularizados, vinculados a la racionalidad mercantil y gubernamental” (Hernández G. , 2008, pág. 79)

- Estandarización de los mensajes. Las industrias culturales imponen y estandarizan lo banal con sus relatos estereotipados; además promueven el consumismo mediante la ideología publicitaria, favoreciendo los intereses de los oligopolios de poder comunicacional. Considerando que la publicidad es una estrategia de marketing que en muchos casos determina de manera discrecional, los gustos y acciones del consumidor, asignando modos homogenizados de vida.
- Difusión de mensajes para garantizar la recepción. La Industria Cultural no ofrece la posibilidad de una experiencia estética porque los contenidos que divulgan los medios no demandan de esfuerzo intelectual. Los mensajes son de fácil asimilación, son dirigidos a todo tipo de receptores, sin distinción cultural alguna. En este sentido los receptores son diversos, se hallan geográficamente dispersos y son proclives a la manipulación ideológica de los mensajes cifrados por los medios. Usualmente, la racionalidad industrial de esta industria suprime la posibilidad de un auténtico desarrollo democrático y cultural de los estados.
- Anunciantes, publicidad y medios: componentes de la Industria Cultural. La industria de contenidos audiovisuales se conforma a partir de una estructura piramidal que puede variar dependiendo el régimen de propiedad de los

medios, sean de tipo público o privados. Esta estructura generalmente está conformada por los anunciantes, los publicistas y los medios. Los anunciantes son los propietarios de las empresas nacionales o extranjeras y las agencias de publicidad son las encargadas de crear la imagen del producto con mayor eficacia y el mayor poder de seducción posible para que sea difundido por medio de la televisión y de los medios en general.

Los medios aprecian el beneficio económico de la difusión de los mensajes publicitarios cada vez que los usuarios de los medios consumen los productos publicitados. “Es un hecho curioso que no se incluya a los usuarios de los medios en la pirámide comercial de dicha industria, a fin de cuentas son ellos los que se encargan de financiarla” (Hernández G. , 2008, pág. 80).

Hernández (2008), menciona finalmente que la temática de la Escuela de Frankfurt se ha considerado muy fecunda y versátil en cuanto a sus áreas de interés, mismas que se pueden agrupar en cinco principios filosóficos esenciales:

1. Interés teórico práctico por el marxismo.
2. Oposición al concepto de razón ilustrada y a la idea de progreso que surgen en el siglo XVIII.
3. Rechazo al neopositivismo.
4. Concepción de la filosofía como teoría crítica de la sociedad.
5. Rechazo de la pura especulación filosófica, dedicándose al conocimiento de lo que ellos llaman el mundo de la vida.

1.1.1.3 El modelo socialista del Siglo XXI

Según Monedero (2009), el socialismo del siglo XX ha dejado un mapa de navegación al socialismo del siglo XXI. De acuerdo a este, el socialismo del siglo pasado tuvo rasgos como: eficiencia, heroísmo, atrocidad e ingenuidad. La eficiencia tiene que ver con su capacidad para incorporar una parte considerable de la humanidad a la modernidad. La atrocidad es relacionada con el socialismo realmente exigente en el cual se encuentra un tinte de abuso. El heroísmo tiene como gesta para la humanidad el haber frenado al nazismo en la Segunda Guerra Mundial; así como

haber tomado como referente a los caídos, los apresados y los torturados en las luchas contra las dictaduras en pos de la democratización.

No obstante, se habla poco de la ingenuidad del socialismo durante el siglo XX, ingenuidad comprendida “como una solución simple, simplificada, aunque bien intencionada a problemas complejos que no se solventan cambiando el análisis sobre la naturaleza humana” (Monedero, 2009, párr. 2).

En cuanto a comunicación se trata este modelo pretende crear una opinión pública regional a través de la construcción de nuevas identidades, algo más sencillo cuando se habla el mismo idioma. Entonces la posibilidad de generar una opinión pública regional pasa por crear medios de comunicación regionales.

El socialismo del siglo XXI tiene como meta reconceptualizar la riqueza y la pobreza, generando un Tribunal Internacional. Estos tribunales deben evaluar, con todas las partes, el costo del colonialismo, de las invasiones, del robo de materia prima, de la esclavitud, del comercio desigual, de la exportación de desechos tóxicos, del fomento de guerras y dictaduras. Enfrentarse de manera urgente al tema de la deuda externa y de la deuda ecológica (Monedero, 2009).

El socialismo del siglo XXI debe reconstruir la idea de los derechos humanos sobre la base del respeto a todas las culturas, bajo esta perspectiva los derechos humanos deben reformarse “como un diálogo entre los diferentes pueblos y culturas, entre las diferentes opciones políticas y las diferentes religiones” (Monedero, 2009, párr. 70), debe hacer un esfuerzo por mantener un diálogo de civilizaciones en el que se reconozca la interculturalidad.

El socialismo del siglo XXI necesita modular sus propios medios de comunicación, alineados por los valores que deben sustentarlo, en referencia a este punto Monedero (2009) señala:

“La derrota de prácticamente todos los intentos de transformación radical del capitalismo y de la democracia representativa ha polarizado a las sociedades entre amplias masas conformistas y pequeños núcleos concienciados a los que les corresponde la carga total del discurso y la práctica transformadora. Esto,

a menudo, lleva a que esas minorías que sostienen todo el peso de la propuesta emancipadora terminen sin fuerzas, ingresando finalmente en las filas del desánimo o construyendo pequeñas islas donde escaparse de la hegemonía neoliberal. La emancipación o se sostiene por amplios sectores de la población o se convierte en una tarea ‘ciclópea’, sólo asumible por heroicos gigantes que pueden terminar perdiendo su condición humana”(Monedero, 2009, párr. 72).

Entonces el socialismo del siglo XXI cree que el papel que desempeñan los medios de comunicación es fundamental para masificar las propuestas socialistas, mermando la manera general que se estableció en los medios alrededor de los años 60 y 70 cuyo servicio tenía como fin el sostenimiento de la sociedad capitalista y su entera necesidad de aumentar la demanda, en camino a lo que hoy se conocen como las sociedades de consumo(Campbell, 2006).

Tomando en consideración que la Industria Cultural haciendo uso de la publicidad, como forjador de la sociedad de consumo, han colaborado excesivamente a construir un mundo individualista, centrado en la distracción, consumista, conformista y desarmado intelectualmente para afrontar el esfuerzo de la transformación. El silencio de los medios sobre los trastornos originados por el capitalismo, así como el ocultamiento de las protestas frente al mismo, disminuyen el comienzo de otras resistencias(Monedero, 2009).

La comunicación mirada por el socialismo del siglo XXI busca sostener por una mayoría nuevos valores; sin embargo, para conseguirlo es preciso que los medios de comunicación sean ajenos a los grandes grupos empresariales-financieros-políticos para que puedan educar a la ciudadanía en la defensa colectiva del nuevo socialismo.

“Los medios alternativos, locales, descentralizados y el libre acceso son requisitos para que el nuevo socialismo no caiga en el adoctrinamiento dirigido por una élite” (Monedero, 2009, párr. 79). Sólo con medios de comunicación ajenos a los intereses particulares se lograrán edificarse acuerdos públicos regionales (latinoamericanos, africanos, europeos, mediterráneos), que edifiquen la globalización alternativa, que provoque el cambio.

El socialismo del siglo XXI a diferencia del socialismo del siglo XX, está consiente que a mayor participación popular, existe menor poder particular.

Campbell Al y otros (2006), señalan que las propuestas y los autores se inscriben en el arco amplio de la izquierda socialista, comunista, libertaria; pese a las diferencias en el tratamiento de los mercados, de la planificación o de la necesidad y contenidos del periodo de transición desde el capitalismo a la nueva forma de organización social, asumen de forma implícita o explícita algunos principios como:

- El trabajo no es una mercancía y la fuerza laboral no debe serlo.
- La asignación de los recursos de trabajo y de inversión por el mercado capitalista, no es necesariamente la más eficiente ni la más tradicional desde el punto de vista del crecimiento económico y el bienestar de la gente.
- La propiedad privada individual de los medios de producción no amplía sino que limita la libertad de la mayoría de las personas.
- La eficacia y eficiencia de la organización socialista (cooperativa, colectiva) de la economía tiene una correlación negativa con las restricciones a la democracia.
- El modelo de organización alternativa del proceso de producción es el corazón de una propuesta de superación del capitalismo.
- La participación de las personas en las decisiones colectivas de producción otorga más libertad personal que la participación en las decisiones individuales de consumo.
- El imperativo del rendimiento capitalista es incompatible con el equilibrio ecológico.

1.2 Vinculación: innovación tecnológica - comunicación - cambio en las relaciones de poder

Sin lugar a dudas la comunicación ha alcanzado una importancia descomunal en todas las actividades que realizamos los seres humanos, principalmente como sistema de transmisión de datos y de conocimientos, y por otro lado se ha convertido también en medio de influencia en la manera de pensar de las personas. Es por ello que se da mucha prioridad a la potenciación de los medios de comunicación por parte de los estados o de los gobiernos de turno, así como también por el sector privado.

Resultado de ello son los grandes adelantos que los sistemas de comunicación han presentado en la última década del siglo XX.

Es necesario el mencionar que se han realizado varios estudios sobre cómo influyen los nuevos medios de comunicación en el comportamiento, uno de ellos es el realizado en el país de España, por parte del psicólogo Valentín Justel Tejedor, con el título de “la influencia de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea” en el cual afirma que el influjo que ejercen los medios de comunicación de masas sobre la sociedad actual es innegable, en unos casos esta capacidad de intervención sobre el individuo y por ende, sobre la colectividad social puede resultar beneficiosa, pero en otras ocasiones puede tener un efecto realmente perjudicial(Justel, 2004).

Según Cegarra,(2012) “esta influencia será más acentuada en su futuro, hasta el punto de cambiar sustancialmente determinados hábitos del trabajo tanto doméstico como empresarial”(pág. 226).

1.3 La política de comunicación pública antes de la “Revolución Ciudadana”

La ley existente en relación a comunicación es la denominada “Ley de Radiodifusión y Televisión”, emitida el 18 de abril de 1975 la cual tiene conceptos muy amplios que no conllevan regulaciones o aspectos de control específicos y al ser una ley caduca no ha sido ni es aplicada por los medios públicos y menos aún por los privados, razón por la cual en el Ecuador no se ha podido evidenciar una política pública de comunicación institucionalizada; es decir que cada gobierno de turno ha manejado su propia estructura de comunicación.

No obstante, la Ley de Telecomunicaciones y la de Radiodifusión y Televisión promulgadas en julio de 1992, fueron divulgadas en época de apogeo del neoliberalismo, se ubicaban y proyectaban en una legislación en donde no se consideraban a los ciudadanos y ciudadanas, solamente a las empresas dedicadas a las telecomunicaciones.

Por otro lado, la Constitución aprobada en 1998, en cuanto a comunicación en el Capítulo IV, Sección 10 estipulaba:

Art. 81 El Estado garantizará el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales (...) Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación. Se prohíbe la publicidad que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuando afecte a la dignidad del ser humano.

La comunicación en este artículo está limitada a los medios de comunicación, mismos que se entienden como empresas comunicadoras y al ejercicio del periodismo.

El único medio de comunicación público existente en Ecuador antes de la Revolución Ciudadana fue la Radio Nacional (actualmente llamada Radio Pública), creada en los años 40, esta era el medio habitualmente admitido como portavoz oficial y desde esa perspectiva, podía deducirse que “su objetivo era precautelar intereses y visiones generales de carácter nacional, más que intereses y visiones particulares” (CIESPAL, 2009).

César Ricaurte en su libro “La palabra rota” (2009), menciona que antes de la “Revolución Ciudadana” existía una ecuación denominada Poder-medios en la cual, los medios privados eran los socios camuflados del poder político cuyo principal fin era proteger sus valores e intereses económicos concretos.

A parecer de Ricaurte (2009), los medios antes de la llegada de Rafael Correa eran sujetos de crítica, los medios convivían con el poder, mantenían una relación:

“siempre tensa y mutuamente interesada -se sostenía en un sin número de acuerdos bilaterales tácitos, en acuerdos no escritos de vieja data, en defensa del statu quo, de la libertad de empresa, de la propiedad privada, de la economía de mercado, de la democracia representativa, de la libre expresión (...)” (Ricaurte, 2009, pág. 210).

1.3.1 Concepción de la comunicación pública según el modelo neoliberal

Según la Real Academia Española (2010), el neoliberalismo es una corriente político-económica que propugna la reducción de la intervención del Estado al mínimo. Así en el neoliberalismo el poder económico es uno de los condicionantes de mayor incidencia, ya que las reglas están puestas para que la economía de los grupos monopólicos mejore.

Las políticas neoliberales proponen que se deje en manos de los particulares o empresas privadas el mayor número de actividades económicas. Limitan el papel del Estado en la economía, promueve la privatización de empresas públicas y la reducción del tamaño del Estado, defiende la flexibilización laboral, la eliminación de restricciones y regulaciones a la actividad económica, la apertura de fronteras para mercancías, capitales y flujos financieros y se reduce el tamaño del Estado(Tamayo, 2003).

La comunicación pública según este modelo mantiene el mismo enfoque. Un esquema neoliberal se mantiene mediante la fuerza y la violencia. Las instituciones militares y policiales son robustecidas y su misión es anular cualquier manifestación de oposición(Tamayo, 2003).

Las democracias guardan sus características formales, pero resaltan sus rasgos autoritarios. Los movimientos de Derechos Humanos son mancillados y son considerados como perturbadores de la estabilidad y el orden.

Los medios de información tradicionales que en la mayoría de los casos han introducido nueva tecnología, dependen en gran medida de los servicios de agencias de noticias, de cadenas de televisión y radio de los países desarrollados, contribuyendo de manera decisiva a interiorizar en la población las bondades que ofrece la economía social de mercado.

En Ecuador durante el período 1899-1991, los principales diarios del país difundían de manera reiterativa las deficiencias de las empresas del Estado y la premura de que estas sean privatizadas para mejorar los servicios públicos(Tamayo, 2003).

Lamentablemente, “una mentira repetida mil veces se convierte en verdad”, en un estudio sobre la privatización y la opinión pública se encontró que se emitieron 390 unidades informativas al respecto en los diferentes periódicos del país. Al cabo de este bombardeo informativo, el resultado final fue que la necesidad de privatizar se convirtió en una necesidad indiscutible, en tanto que las opiniones opuestas por las organizaciones populares fueron minimizadas e incluso ignoradas (Tamayo, 2003).

Al ver este ejemplo se puede ratificar que la información no ha sido imparcial o apolítica, ya que son los dueños de los medios quienes tienen la potestad de qué temas deben tener prioridad y en qué tiempo se deben dar a conocer.

“En esta preselección de las noticias juega un papel decisivo la ideología del editor. Si la ideología neoliberal prioriza ‘lo privado’, en desmedro de ‘lo público’, es explicable que los dueños de los medios de información, que constituyen instituciones privadas, defiendan tan vehemente la defensa del sistema y el modelo neoliberal que lo apuntala” (Tamayo, 2003).

Dentro de este ámbito las empresas de la información se auto conceden la representación de la sociedad. Si existe alguna crítica o cuestionamiento al modelo de información que promueven, inmediatamente lo interpretan como una violación a la libertad de expresión. “La libertad de expresión es equivalente a la libertad de empresa” (Tamayo, 2003).

A decir de Tamayo (2003), los medios están congregados en manos de grupos monopólicos que aplican un sistema de información vertical y anti-democrático en el cual se suprimen a los sectores sociales; no obstante, actúan hábilmente simulando que mantienen un espíritu de pluralidad y están abiertos a las diferentes corrientes de opinión.

Cabe señalar, que por lo general existen múltiples vinculaciones entre las empresas de la información y los grupos de poder económico e incluso con el propio Estado. Estas vinculaciones están dadas en la mayoría de los casos por “la publicidad que se convierte en el instrumento condicionante de la política informativa de los medios” (Tamayo, 2003).

Tamayo (2003) menciona que la sociedad neoliberal es la sociedad del miedo. Se ponderan los peligros, la delincuencia, las drogas, el terrorismo y se consuman serias campañas de guerra psicológica que ubican a la sociedad en un permanente estado de abandono y ansiedad. En seguida aparece la tabla salvadora, en donde a través del operativo militar o policial el Estado anula el cáncer de la delincuencia, el narcotráfico, la revolución, devolviendo la tranquilidad y restableciendo el orden público.

1.3.2 La política de comunicación en el marco de la Constitución de 1998

La sección décima de la Constitución de 1998 se refiere a la comunicación y establece la libertad ciudadana de acceder a cualquier fuente de información; así como difundirla siempre y cuando esté enmarcada en principios fundamentales como: veracidad, objetividad, pluralidad y sin censura previa de los acontecimientos considerados de interés general que busquen salvar los valores de la comunidad, de manera especial por parte de periodistas y comunicadores sociales.

El Estado garantiza el derecho al secreto profesional por parte de los periodistas y comunicadores sociales, la exposición pública de archivos públicos (sin contar aquellos en los que se comprometa la seguridad nacional).

Se indica la obligación que tienen los medios de comunicación social de participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos; así como se prohíbe la publicidad que por cualquier medio promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuando afecte a la dignidad del ser humano.

1.4 El poder fáctico de los medios de comunicación

Para Orellana (2011), los medios de comunicación desde sus comienzos, han tenido un enorme poder político, inicialmente los medios impresos con influencias locales, regionales o nacionales han sido el instrumento de los partidos políticos; las

diferencias ideológicas entre el partido conservador contra el liberal en los intercambios de agravios se han visto desde hace años.

Según Orellana (2011), un ejemplo claro del poder fáctico de los medios de comunicación se vio en Colombia, la influencia política en toma de decisiones era tan grande que se decía que Diario El Tiempo de Bogotá, ponía los presidentes con la venia de la familia Santos (dueña del periódico), desde hace décadas.

En el siglo XXI, la radio se convirtió en una de las herramientas más eficaces e inmejorables como medio de influencia en dirigir la opinión pública; con ella se cambió la forma de hacer política, se convirtió en la mejor manera de llegar a un número mayor de electores.

Con la televisión, en el caso de Ecuador, Rafael Correa consiguió conquistar el fervor de las masas y ha ganado todas las elecciones de los últimos cinco años, los presentadores, comentaristas que actúan en la televisión, “se han convertido en los nuevos nobles de la sociedad nacional, porque son los que siempre están en los hogares gracias al mágico ensueño de la pantalla chica” (Orellana, 2011).

En definitiva se puede afirmar que los medios de comunicación social conservan un monumental poder en el proceso de la política en el mundo y en la actualidad a los medios ya mencionados se debe incorporar el Internet.

CAPÍTULO II

COMUNICACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS

2.1 Concepción de la comunicación pública

Según Velásquez (2007), la comunicación pública y política debe ser concebida como un proceso de interacción entre la sociedad civil, el Estado y la sociedad política.

Es preciso considerar que al hablar de lo público no se hace referencia al Estado, sino se interpreta como lo común, lo que pertenece a todos, lo que es o puede ser de interés general.

“Lo público es lo visible, lo manifiesto, lo accesible. Lo público es lo colectivo, entendido como de interés o de utilidad común. Nada más cercano, incluso, al concepto de comunicación si entendemos a esta última desde el concepto de acción de poner en común”(Botero, 2006).

Dentro de las características más relevantes de la comunicación pública y política de la actualidad es la participación que mantienen los medios de comunicación con un innegable grado de influencia. Visto así, el papel del comunicador social ha pasado de ser un estricto transmisor de la información, a ser un profesional que activa las distintas relaciones de poder y participación que se dan al interior de la sociedad democrática (Velásquez, 2007).

Para López (2003), la opinión pública es el medio que fundamenta la comunicación pública entre los ciudadanos. Se puede decir que tanto lo público como la comunicación y lo político comparten escenarios, interactúan entre sí, razón por la cual Botero (2006), afirma que “toda comunicación política es pública por esencia” (p.5).

“La comunicación pública significa competencia, circulación de sentidos que la sociedad reconoce y tramita en su agenda, es decir, que se traduce en movilización social” (Botero, 2006, pág. 6).

Botero (2006), menciona que resulta oportuno abogar por la necesidad inminente de crear espacios para que se dé una comunicación política y pública sobre las cuestiones propias del ciudadano y concluye citando a Miralles (2002): “La idea de lo público es propia del ámbito de la argumentación, de la participación activa de la ciudadanía y la del aporte con contenidos, no sólo con la concurrencia de informaciones, a la idea del interés común” (p.6)

El advenimiento de nuevas tecnologías electrónicas ha colaborado para que exista una desmesurada producción de información, lamentablemente mucho de lo que se informa carece de contenidos que contemplen el entendimiento por parte de los receptores, es necesario resaltar “la responsabilidad social que compete a los medios en lo que respecta al papel que estos juegan en la edificación de las identidades culturales, en la formación en lo político y en la defensa de lo público” (Botero, 2006, pág. 7).

2.2 Política de comunicación pública del gobierno de la Revolución Ciudadana

A partir de que en el Ecuador comenzó el proceso político llamado Revolución Ciudadana, han existido debates intensos sobre diferentes tópicos relativos a la comunicación pública, durante el gobierno de Rafael Correa se ha evidenciado de forma reiterativa la inconformidad de los medios quienes de diferentes maneras se han encargado de idear de modo sistemático una oposición a la propuesta del gobierno de impulsar la nueva Ley de Comunicación.

Los opositores a esta Ley la han condenado, porque según su criterio parte de su contenido viola el derecho fundamental a la libertad de expresión. En este panorama en donde el Presidente Rafael Correa ha vertido duras críticas a cierto sector de medios privados se sumó el juicio contra diario El Universo, por el artículo ofensivo escrito por Emilio Palacio, estos hechos han excitado los ánimos de un buen grupo de comunicadores públicos quienes esperan cualquier oportunidad para criticar o contradecir al gobierno.

El Estado actualmente es el propietario de algunos medios masivos de comunicación como: Ecuador TV, Radio Pública, El Telégrafo, TC televisión y Gamavisión, lo que “ha balanceado la oferta informativa, cumpliendo un papel necesario en una sociedad dominada por medios privados con intereses creados” (La línea de fuego, 2012).

No obstante, el enfoque que el Gobierno ha dado a los medios de comunicación públicos a criterio de diferentes críticos fusiona información con propaganda estatal en búsqueda de una consolidación política por parte del actual partido gobernante (Alianza País) (La línea de fuego, 2012).

En todo caso es preciso señalar que los medios privados promueven sus propios intereses y en muchos casos no están enmarcados en suscitar una forma de consumo que se base en las políticas del Buen Vivir, en tanto que los canales de comunicación del Estado emiten su propia propaganda y en muchos casos dan mayor enfoque a intereses comunes.

Todo gobierno requiere canales de información, comunicación y contraste, sobre todo, en el caso particular de Ecuador cuando se pretende introducir medidas contrarias como la nueva Ley de Comunicación que afecta los intereses de los medios privados. El objeto de mantener medios públicos debería ser mantener un equilibrio entre fuentes oficiales y privadas.

La política de comunicación pública del gobierno de la Revolución Ciudadana, pretende a través de la aprobación de la nueva Ley de Comunicación que exista un filtro para evitar el abuso del poder mediático, esta ley por primera vez en la historia cuestiona “su hegemonía en la conducción de la conciencia individual y colectiva” (La línea de fuego, 2012).

Gustavo Abad periodista de larga trayectoria y actualmente Secretario de CIESPAL, citado por La línea de fuego (2012) opina en relación a la nueva ley de comunicación lo siguiente:

“es positivo para el país contar con un instrumento legal que haga viable una transformación de las relaciones de fuerza en el campo de la comunicación y de los medios. En ese sentido, la normativa en sí misma ya es un avance político, independientemente de sus posibles claroscuros o de sus posibles

maneras de ser instrumentalizada a favor o en contra de determinado grupo. Y es positivo también que se haya consignado, visibilizado, verbalizado o, como quiera que se diga, la existencia de una pluralidad comunicativa en este país diverso. Quiero decir, que haya quedado establecido que existen sectores públicos, privados, comunitarios, y otros, en condición de reclamar y ejercer sus derechos relacionados con la comunicación y la información”.

2.2.1 La política de comunicación pública según la nueva Constitución del 2008

La Asamblea Constituyente reunida en Montecristi promulgó la nueva Constitución de la República (2008) cuyo texto comienza así: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico” (Asamblea Constituyente, 2008, pág. 23).

En la sección tercera, Art. 16 de la Constitución de 2008 se menciona que todas las personas de forma individual o colectiva, tienen derecho a tener una comunicación libre enmarcada en la inclusión, diversidad e interculturalidad; además da derecho a la libertad de acceso a las tecnologías de información y comunicación, permite la creación de medios de comunicación social (públicas, privadas y comunitarias).

En el Art. 17, el Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación y al efecto garantiza la asignación de frecuencias y bandas libres precautelando el interés colectivo, facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación (públicos, privados y comunitarios), no permitirá el oligopolio o monopolio directo ni indirecto, de la propiedad de medios de comunicación y del uso de frecuencias.

En el Art. 18 se hace hincapié en la necesidad del derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada y oportuna. Da la libertad para acceder a la información generada en entidades públicas o en las privadas que manejen fondos del Estado.

El Art. 19 hace mención sobre la regulación de contenidos con fines informativos, educativos y culturales y el fomento de espacios para la difusión de la producción

nacional independiente; además, prohíbe la publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Finalmente, el Art. 20 garantiza la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación o laboren en cualquier actividad de comunicación.

Por otro lado, el Art. 312 dispone:

Las entidades o grupos financieros no podrán poseer participaciones permanentes, totales o parciales, en empresas ajenas a la actividad financiera. Se prohíbe la participación en el control el capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.

Cada entidad integrante del sistema financiero nacional tendrá una defensora o defensor del cliente, que será independiente de la institución y designado de acuerdo con la ley.

El gobierno de la Revolución Ciudadana, basándose en este artículo dio a conocer que varios de los grandes medios de comunicación fueron fundados por diferentes grupos que tenían el poder económico, tal fue el caso de:

- Grupo Pichincha (Egas) propietarios de Banco de Pichincha, Diners Club, Revista Soho y Gestión, Radio Colón y Teleamazonas (actualmente este canal posee otros dueños).
- Grupo El Juri quien figuraba como propietario de Banco del Austro y ETVTelerama.
- Grupo Quirola Canessa, propietario de Banco de Machala, radio Caravana.

Cabe señalar que en el año 2008 fueron incautadas por la AGD: TC televisión y Gamavisión medios que pertenecían al Grupo Isaías (dueños de Filanbanco); así como, Diario El Telégrafo que perteneció a Fernando Auspíazu (dueño del Banco del Progreso), estos medios pasaron a ser del Estado.

2.2.1.1 Modificaciones del derecho a la comunicación

Actualmente, está en discusión la nueva Ley de Comunicación, la oposición política y mediática se ha situado al debate en varios puntos clave del Proyecto, Entre los cuales se ubican la censura previa, la responsabilidad ulterior, el derecho a la réplica y a la rectificación como puntos que según los representantes de los medios privados, solo impedirían el trabajo libre de los periodistas (La línea de fuego, 2012).

De acuerdo a los opositores, la censura previa y la responsabilidad ulterior se hallan ligadas en la mencionada “autocensura”.

La propuesta del Colectivo Ciudadano por los Derechos de la Comunicación

Esta propuesta fue elaborada por algunas organizaciones de la sociedad civil, quienes con el apoyo de CIESPAL, enfatizaron algunos aspectos que deberían ser tomados en cuenta por la Asamblea al momento de promulgar la nueva Ley de Comunicación.

Según esta propuesta, la nueva Ley de Comunicación debería tener como principal objetivo universalizar el derecho a la comunicación, son diez los puntos que deben considerarse para lograr una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa como lo menciona la Constitución de 2008; entre ellos se encuentran: Libertad de expresión, información verificada y plural, derecho a la rectificación, distribución equitativa de frecuencias, desconcentración de frecuencias, producción plurinacional y local, acceso universal a las TIC, defensoría del público, distribución equitativa de la publicidad estatal y revisión de frecuencias.

- Libertad de expresión: La nueva Ley debería garantizar el derecho de toda persona a la libertad de expresión, considerando que este derecho debe comprender la libertad de buscar, recibir, producir y difundir informaciones e ideas de toda naturaleza, sin consideraciones de fronteras y por cualquier forma y medio, sin censura previa y con responsabilidad ulterior (Jurado, 2012).

- Información verificada y plural que garantice el derecho a toda persona a recibir a través de los medios de comunicación, una información verificada y plural (Jurado, 2012).
- Derecho a la rectificación, de tal forma que garantice a todas las personas, sea en forma individual o colectiva que hayan sido afectadas por informaciones erróneas u ofensivas a través de medios de comunicación, el derecho a efectuar por el mismo medio su rectificación, con el fin de proteger la honra y reputación de las mismas, para lo cual todo medio de comunicación debería tener una persona responsable que no sea protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial (Jurado, 2012).
- Distribución equitativa de frecuencias, de tal forma que se las frecuencias de radio y televisión se distribuyan entre los diversos sectores; es decir, 33% sector público, 33% sector privado y 33% sector comunitario(Jurado, 2012).
- Desconcentración de frecuencias, autorizando no más de una frecuencia matriz de radio en AM, una en FM, una en OC y una de televisión abierta o por suscripción por concesionario, sea persona natural o jurídica. Las concesiones para repetidoras se deberían realizar una vez atendidas las solicitudes locales para la concesión de frecuencias matrices(Jurado, 2012).
- Producción plurinacional y local, promoviendo la diversidad cultural y de identidades en los contenidos de los medios de comunicación, garantizando por lo menos un 50% de producción propia en radio y televisión abierta, que incluya informativos. Además, deben preverse espacios para la producción nacional independiente considerando los diferentes idiomas que el Ecuador tiene(Jurado, 2012).
- Acceso universal a las TIC tomando en consideración que las tarifas de este servicio será establecido por el Estado con criterio de servicio social(Jurado, 2012).

- Defensoría del público a través del control jurídico, técnico y administrativo del sector de comunicaciones ejercido por una entidad estatal en la cual exista participación ciudadana(Jurado, 2012).
- Distribución equitativa de la publicidad estatal, el cual se reparta de forma equitativa entre los medios públicos, privados y comunitarios en todo el territorio a través del Sistema Nacional de Contratación y Compras Públicas(Jurado, 2012).
- Revisión de frecuencias, toda frecuencia que no sea obtenida legalmente deberá ser devuelta a la administración del Estado para su reasignación; además se deberán pagar indemnizaciones por su uso indebido(Jurado, 2012).

Lamentablemente y pese a que la propuesta cuenta con todos los atributos requeridos para normar la comunicación pública no consiguió los apoyos políticos requeridos para ser presentada formalmente en la Asamblea, sin embargo, la Comisión Ocasional creada por la Asamblea Nacional aceptó recibir dicha propuesta como un elemento digno para ser debatido.

2.2.1.2 Creación de medios de comunicación social y el acceso a las frecuencias radioeléctricas

El numeral 3 del Art. 16 de la Constitución hace referencia al derecho al acceso igualitario a frecuencias y bandas, en el cual todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a acceder en igualdad de condiciones al uso de frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

El Estado al respecto fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, las concesiones, frecuencias o autorizaciones de cualquier índole para prestar servicios públicos de comunicación que reciba una persona natural o jurídica no forman parte de su patrimonio, por lo cual está imposibilitada de venderlas o transferirlas.

Para cumplimiento de lo mencionado, la Constitución establece multas, sin el perjuicio de responder civil y penalmente por los perjuicios ocasionados a terceros.

Con el fin de mantener el acceso igualitario a frecuencias y bandas libres, la concesión de uso de las mismas no podrá otorgarse por más de 20 años y su asignación se hará de forma aleatoria entre los solicitantes que hayan cumplido satisfactoriamente los requisitos y condiciones que establece la ley.

El Estado facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.

Cabe señalar que en abril de 2012 que se topó el tema de las frecuencias, los medios privados estuvieron en total desacuerdo con los asambleístas de Pachakutik que estarían a favor de la nueva Ley de comunicación por la distribución equitativa de las frecuencias, tomando en consideración que el 90% de frecuencias se encuentra concentrado en el sector privado (Jurado, 2012).

Generalmente de alguna forma se ha intentado evitar que las radios comunitarias se multipliquen. En los años 90 se les limitó a la potencia a menos de 200 vatios y se les prohibió que emitieran publicidad de ningún tipo. De esta forma muy difícilmente podrían progresar, en este punto se puede afirmar que existía exclusividad para los medios de comunicación privada (Jurado, 2012).

La nueva Ley de Comunicación en este sentido es coherente con lo estipulado por la última Constitución, Jurado (2012) cita lo mencionado por Gustavo Abad quien dijo que “la distribución equitativa de frecuencias obedece a un principio democrático que hay que respetar”.

Este punto en la Ley mantiene preocupadas a las grandes empresas de la información ya que esto haría que pierdan el monopolio de las frecuencias que hasta hoy han tenido.

En lo referido al espectro radioeléctrico, en el Art. 112 de la Ley dice:

“Distribución equitativa de frecuencias.- Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios.

Esta distribución se alcanzará de forma progresiva y principalmente mediante:

1. La asignación de las frecuencias todavía disponibles;
2. La reversión de frecuencias obtenidas ilegalmente, y su posterior redistribución;
3. La reversión de frecuencias por incumplimiento de las normas técnicas, jurídicas para su funcionamiento o fines para los que les fueron concesionadas, y su posterior redistribución;
4. La distribución de frecuencias que regresan al Estado conforme a lo dispuesto por la ley;
5. La distribución equitativa de frecuencias y señales que permitirá la digitalización de los sistemas de transmisión de radio y televisión”.

Como se puede notar en lo referido por la Ley, la distribución de frecuencias es equitativa, sin embargo, en inicio la prioridad será para el sector público y el comunitario.

2.2.1.3 Acceso a las tecnologías de información y comunicación

El acceso a las tecnologías de información y comunicación es considerado un derecho de igualdad que involucra a todas las personas a capacitarse, acceder y usar en su propio beneficio y el de sus familias y comunidades las tecnologías de la información y la comunicación para mejorar sus oportunidades de desarrollo (Jurado, 2012).

El Estado es el responsable de desarrollar por medio del Consejo Nacional de Comunicación Social las políticas y procedimientos nacionales que consientan de forma progresiva a la comunidad disfrutar de este derecho (Asamblea Constituyente, 2008).

Según la Constitución, todos los procedimientos y políticas deberán ser implementados por las instituciones y organizaciones que integran el Sistema Nacional de Descentralización de la Comunicación Social en coordinación con las instituciones estatales que tengan competencias para el efecto, considerando

prioritarias aquellas que tengan competencias relacionadas con educación, ciencia y tecnología. Además todo este accionar será financiado por medio del presupuesto del Estado (Asamblea Constituyente, 2008).

2.2.1.4 Acceso y uso de todas formas de comunicación

La Constitución (2008) en el numeral 1 Art. 18 hace referencia a la libertad de información y difusión, se refiere a que todas las personas, organizaciones y entidades de comunicar tienen derecho a libremente acceder, producir, circular y recibir todo tipo de información, son excepción de tres casos:

1. Aquella información que sea resguardada expresamente con una cláusula de reserva previamente establecida por la ley.
2. Aquella información cuya difusión colisione abiertamente con el derecho a la intimidad de las personas y en especial con los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo al Código de la Niñez.
3. Los medios de comunicación no podrán publicar imágenes y fotografías de acontecimientos violentos, como accidentes, crímenes y muertes.

Si bien la Constitución respalda la libertad de información y difusión, esta deberá ser ejercida bajo los límites que se establezcan en las libertades de opinión, expresión y emprendimiento (CIESPAL, 2009).

2.2.1.5 Participación ciudadana en la comunicación

La Constitución de 2008 hace referencia al derecho a la participación ciudadana en la comunicación en el Art. 16 al respecto menciona “integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación” y en el Art. 61 dice que las ecuatorianas y ecuatorianos gozan del derecho entre otros de participar en los asuntos de interés público.

Entonces se puede afirmar que todas las personas naturales y jurídicas tienen el derecho de participar en todos los procesos para la formulación, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que tengan que ver con la materia de comunicación en todos los niveles de gobierno (Jurado, Rastreo normativo del contenido de la comunicación en la Constitución del Ecuador, 2009)

2.2.1.6 Fomento estatal de la comunicación

El fomento estatal de la comunicación está inmerso en el Art. 18 y 19 de la Constitución, en el cual se menciona que los medios de comunicación tienen la obligación de difundir contenidos que se enmarquen en los siguientes parámetros:

Información pública de interés general, en la que se incluyen los hechos que generen noticia sobre la actuación pública y los acontecimientos de interés social, programas de análisis y discusión social que incluyan el ámbito político, económico que de alguna forma contribuyan a la formación de la opinión de la ciudadanía sobre temas de relevancia a nivel nacional o internacional.

Es importante que los contenidos noticiosos en este sentido mantengan un equilibrio en el cual las partes afectadas rindan sus opiniones, además deberán contar con el suficiente sustento que los califique como veraces y oportunos.

“Los programas de radio y televisión que se usen para la difusión de información pública no podrán contratar publicidad para evitar que sus contenidos estén influenciados por los intereses de los anunciantes” (Jurado, Rastreo normativo del contenido de la comunicación en la Constitución del Ecuador, 2009), sin importar que sean de carácter público o privado.

Según la Constitución, la sostenibilidad financiera de los programas radiales y televisivos que se usen para la difusión de información pública, será de responsabilidad compartida equitativa de los medios de comunicación y el Estado.

Los responsables de la difusión de información pública deberán definir su línea editorial y su respectiva presentación de los contenidos, no puede existir condicionamiento alguno por parte de los propietarios o accionistas de los medios; así como de funcionarios públicos, este hecho constituirá una violación de la cláusula de conciencia y de las libertades de expresión, información y difusión que podrá ser sancionada de acuerdo con lo que la ley estipula.

La Constitución también menciona que es obligación de todo medio de comunicación mantener por lo menos un programa para la difusión de información pública en los horarios de mayor audiencia.

Contenidos educativos y culturales, deben incluir programación de tipo científica, didáctica, artística, deportiva y cultural con el fin de proveer al público de instrumentos que colaboren en su formación personal.

Contenidos de entretenimiento, este tipo de programas deberán mantener clasificación de audiencias como: apto para todo público, apto para mayores de 12 años bajo supervisión de adultos y apto para público adulto solamente. Estos contenidos tienen la finalidad de ofrecer distracción al público.

2.2.1.7 Regulación de contenidos en la programación de los medios de comunicación

La regulación de contenidos en la programación de los medios de comunicación, se sustenta en el Art. 19 de la Constitución, mismo que menciona que la Ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

2.2.1.8 Prohibición de emitir publicidad

En cuanto a la regulación de la emisión de publicidad la Constitución se puede hacer mención a los siguientes artículos:

Art. 19, segundo inciso “Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos”, Numeral 25 del Art. 66 “El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”.

Art. 52 “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características”.

Art. 54 “Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore”.

Art. 66.25 “El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”.

Art. 115 “El Estado, a través de los medios de comunicación, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas programáticas de todas las candidaturas. Los sujetos políticos no podrán contratar publicidad en los medios de comunicación y vallas publicitarias.

Se prohíbe el uso de los recursos y la infraestructura estatales, así como la publicidad gubernamental, en todos los niveles de gobierno, para la campaña electoral.

La ley establecerá sanciones para quienes incumplan estas disposiciones y determinará el límite y los mecanismos de control de la propaganda y gasto electoral”.

Art. 364, 2do. Inciso “El Estado controlará y regulará la publicidad de alcohol y tabaco”.

2.2.1.9 Garantía del Estado de informar y emitir de opiniones

El Art. 66 de la Constitución al respecto menciona “El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones”.

De acuerdo a este artículo, todas las personas tienen el derecho absoluto a emitir y expresar por cualquier medio su pensamiento sobre cualquier tema; sin embargo, es necesario aclarar que todo acto de comunicación que involucre una afirmación deberá ser verídico o contar con las pruebas pertinentes para evitar afectar la honra y derechos de otras personas.

Al hablar de derecho a la libertad de pensamiento se debe considerar la inclusión para expresar, emitir y circular todo tipo de ideas de tipo social, político, científico y

moral, siempre y cuando estas estén enmarcadas dentro de los principios del Buen Vivir y no provoquen reacciones violentas o inciten a ello.

De acuerdo a la Ley que garantiza la libertad de pensamiento y expresión, ninguna persona o autoridad podrá instaurar censura previa o posterior para los actos de comunicación.

La ley estipula que todas las personas tienen derecho de expresarse de forma libre, de cualquier forma y por cualquier medio sin importar el contenido de sus opiniones y actos de comunicación, siempre y cuando acepten su responsabilidad jurídica por las consecuencias que estos generen “en el caso de que tales expresiones impliquen la realización de una conducta prohibida por la ley, sean falsas y se presenten como verdaderas, induzcan deliberadamente a error, afecten la honra o lesionen los derechos de otras personas” (Jurado, Rastreo normativo del contenido de la comunicación en la Constitución del Ecuador, 2009).

Lo mencionado se sustenta en el art. 66 (18) que establece “El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona”.

Dentro de la libertad de expresión se incluye la libertad a la creación artística, sustentada por los Art. 22, 23 y 378 de la Constitución. La creación artística está protegida por la ley y permite la exhibición y el acceso a disfrutar del arte a quien así lo desee. No obstante, en caso de que el contenido de las obras de creación artística no sea adecuado para los niños, las autoridades del Sistema Nacional de Cultura podrán censurar justificadamente y se establecerá el acceso de menores de 16 años con la compañía de un adulto.

El libre derecho de expresión incluye el derecho a todas las personas a ejercer su religión o creencias y difundirlas tanto en el ámbito público como en el privado, libertad sustentada en el Art. 66 (8) de la Constitución.

2.2.1.10 El Sistema de Comunicación Social

La sección séptima de la Constitución, habla del “Régimen del buen vivir”, en su artículo 384, propone asumir la comunicación social como un sistema que asegure el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión. Además el fortalecimiento de la participación ciudadana (Diario El Tiempo, 2008).

El artículo en mención dice:

“El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana” (Asamblea Constituyente, 2008).

Este sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa, así como los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren de forma voluntaria a él.

Según Jurado (2009), el Sistema Nacional Descentralizado de Comunicación Social tiene como parte involucrada la creación de diferentes sistemas nacionales con distinto alcance para regularizar el ejercicio de los derechos y contenidos constitucionales de forma sistematizada en diferentes materias, así se pueden mencionar:

- Sistema nacional de protección y asistencia a víctimas, testigos y otros participantes en el proceso penal.
- Sistema nacional de competencias.
- Sistema nacional descentralizado de planificación participativa.
- Sistema nacional de inclusión y equidad social.

- Sistema nacional descentralizado de protección integral de la niñez y la adolescencia.
- Sistema nacional de educación.
- Sistema nacional de seguridad social.
- Sistema nacional de cultura.
- Sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales.
- Sistema nacional descentralizado de gestión de riesgo.
- Sistema nacional descentralizado de áreas protegidas.

Característica de este sistema es el hecho de que en su texto no se hallan las palabras nacional y descentralizado, este artículo establece la participación ciudadana en el sistema de comunicación social y “le encarga a la ley la definición de estas formas de participación así como la organización y funcionamiento del Sistema” (Jurado, Rastreo normativo del contenido de la comunicación en la Constitución del Ecuador, 2009).

El Sistema Nacional Descentralizado de Comunicación Social a parecer de Jurado (2009), es un mecanismo institucionalizado para la gestión coordinada, descentralizada y participativa de las políticas públicas de comunicación que precisa, realiza, evalúa, reorienta y articula la organización de las instituciones públicas con competencias en asuntos de comunicación, de las organizaciones de derecho privado que reciben una autorización o representación para la prestación o de un servicio público en materia de comunicación, así como de aquellas organizaciones sociales y no oficiales que buscan incidir en la planificación y control social de las políticas públicas de comunicación.

Cumpliendo así con lo estipulado en el Art. 384 en concordancia con los siguientes Artículos:

Art. 85 La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garantizan los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones: 3.(...)En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 95 Las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, participarán de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y

gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano. La participación se orientará por los principios de igualdad, autonomía, deliberación pública, respeto a la diferencia, control popular, solidaridad e interculturalidad. La participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho, que se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria.

Art. 96 (1er. inciso) Se reconocen todas las formas de organización de la sociedad, como expresión de la soberanía popular para desarrollar procesos de autodeterminación e incidir en las decisiones y políticas públicas y en el control social de todos los niveles de gobierno, así como de las entidades públicas y de las privadas que presten servicios públicos.

Art. 100 En todos los niveles de gobierno se conformarán instancias de participación integradas por autoridades electas, representantes del régimen dependiente y representantes de la sociedad del ámbito territorial de cada nivel de gobierno, que funcionarán regidas por principios democráticos. La participación en estas instancias se ejerce para:

1. Elaborar planes y políticas nacionales, locales y sectoriales entre los gobiernos y la ciudadanía.
2. Mejorar la calidad de la inversión pública y definir agendas de desarrollo.
3. Elaborar presupuestos participativos de los gobiernos.
4. Fortalecer la democracia con mecanismos permanentes de transparencia, rendición de cuentas y control social.
5. Promover la formación ciudadana e impulsar procesos de comunicación. Para el ejercicio de esta participación se organizarán audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios y las demás instancias que promueva la ciudadanía.

Art. 260 Art. El ejercicio de las competencias exclusivas no excluirá el ejercicio concurrente de la gestión en la prestación de servicios públicos y actividades de colaboración y complementariedad entre los distintos niveles de gobierno.

Art. 276 numerales 1, 2 y 3. El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.

Art. 278 numeral 1 “Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y

control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles

Es preciso señalar que por mandato constitucional toda la planificación pública deberá pronunciarse y regularizarse desde el Sistema Nacional de Comunicación Social, mismo que tendrá que sujetarse al Plan Nacional de Desarrollo. Por su lado el Sistema Nacional deberá cumplir lo dispuesto por la Constitución:

Art. 279. El sistema nacional descentralizado de planificación participativa organizará la planificación para el desarrollo. El sistema se conformará por un Consejo Nacional de Planificación, que integrará a los distintos niveles de gobierno, con participación ciudadana (...)

2.2.2 La política de comunicación pública según el Proyecto de Ley de Comunicación

Como se ha podido apreciar la nueva Constitución es clara al promulgar el derecho a la comunicación, cumpliendo con lo divulgado con las políticas del buen vivir, la Carta Maga en su contenido es clara al mencionar que todas las personas tienen derecho a una comunicación independiente, al acceso a las tecnologías de la información, así también es clara al ratificar el papel que tiene el Estado al respecto.

Sin embargo y considerando que la única ley que existe para regular los medios de comunicación es obsoleta (La línea de fuego, 2012), se precisó en la disposición transitoria el aprobar una “Ley de Comunicación” que cumpla con lo dispuesto por la Constitución y ofrezca nuevas garantías a los ciudadanos de que la información que reciben sea veraz, verificable y oportuna.

Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente¹.

2.2.2.1 Principios y derechos de comunicación

¹ Título I preliminares y definiciones de la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por la Asamblea Nacional el 14 de junio de 2013.

La sección I del capítulo de la ley dice en cuanto al derecho a la libertad de expresión y opinión: “Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio. Serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley”².

La Ley de Comunicación ha pasado por varias críticas por parte de la oposición política como la mediática, el debate sobre la misma se ha situado sobre varios puntos clave del Proyecto, entre ellos se encuentran la censura previa, la responsabilidad ulterior, el derecho a la réplica y a la rectificación como puntos que desde el punto de vista de los representantes de los medios solo impedirían el libre trabajo de los periodistas.

No obstante, los representantes del gobierno que defienden la ley mencionan que la Ley de Comunicación es clara y que su alcance es muy diferente al que manifiestan los opositores, así se puede observar que en cuanto a la Censura previa, en la Sección I del Proyecto en cuanto a los derechos de libertad dice:

“Prohibición de censura previa por autoridades o funcionarios públicos.- Queda prohibida la censura previa, esto es, la revisión, aprobación o desaprobación por parte de una autoridad o funcionario público, de los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación. Las autoridades o funcionarios públicos, que realicen censura previa o ejecuten actos conducentes a realizarla de manera indirecta, serán sancionados administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación con una multa de dos a seis meses de su remuneración total, sin perjuicio de que la autoridad o el funcionario responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral” (Art. 18)³.

Esta ley está sustentada en los principios de no discriminación, de acción afirmativa, democratización, participación, interculturalidad y plurinacionalidad⁴.

Adicionalmente, la ley profesa la libertad de información, así en texto dice: “Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por

2 Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por la Asamblea Nacional el 14 de junio de 2013.

3Ibíd.

4 Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por la Asamblea Nacional el 14 de junio de 2013.

cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo”⁵.

2.2.2.2 El Sistema de Comunicación Social

En cuanto al Sistema de Comunicación Social, en el Título III, capítulo I se menciona que la este sistema estará conformado por instituciones de carácter público, las políticas y la normativa, así como con los actores privados, comunitarios y ciudadanos que se integren voluntariamente a él, de acuerdo al reglamento de esta ley.

Los objetivos del Sistema Nacional de Comunicación son:

1. Articular los recursos y capacidades de los actores públicos, comunitarios y privados que conforman el Sistema para lograr el pleno ejercicio de los derechos de la comunicación reconocidos en la Constitución, en esta Ley y en otras normas del ordenamiento jurídico ecuatoriano.
2. Desarrollar e implementar mecanismos de planificación pública participativa y descentralizada para la definición, control social y adecuación de todas las políticas públicas de comunicación.
3. Monitorear y evaluar las políticas públicas y los planes nacionales establecidos e implementados por las autoridades con competencias relativas al ejercicio de los derechos a la comunicación contemplados en esta ley, y formular recomendaciones para la optimización de la inversión pública y el cumplimiento de los objetivos y metas definidos en el Plan Nacional de Desarrollo relacionados con los derechos a la comunicación.
4. Producir permanentemente información sobre los avances y dificultades en la aplicabilidad de los derechos de la comunicación, el desempeño de los medios de comunicación, y el aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación e información, teniendo como parámetros de referencia

⁵ Capítulo II, Sección I Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por la Asamblea Nacional el 14 de junio de 2013.

principalmente los contenidos constitucionales, los de los instrumentos internacionales y los de esta ley.

El Proyecto de la Ley de Comunicación ratifica la aparición del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación (CRDC) cuyos alcances se encuentran en el Capítulo II, Sección I del Proyecto.

El CRDC es un organismo público, autónomo de organización desconcentrada, su finalidad es diseñar e implementar las políticas públicas de comunicación relativas a sus competencias y ejercer las medidas regulatorias⁶.

Está conformado por:

1. Un miembro designado por el Presidente de la República;
2. Un miembro designado por las Asociaciones y Consorcios de Gobiernos Autónomos Descentralizados;
3. Un miembro designado por los Consejos Nacionales de Igualdad;
4. Un miembro designado por las facultades y escuelas de comunicación social de las universidades públicas;
5. Un miembro elegido entre los candidatos presentados por las organizaciones de comunicación y derechos humanos con personería jurídica.

Las funciones del CRDC son⁷:

- a) Velar por que los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública se cumplan por todos los actores, siendo una instancia de reclamo para posterior iniciación de acciones constitucionales o legales ante frente a las entidades correspondientes.
- b) Recibir quejas y denuncias por parte de cualquier persona sobre la actuación de los medios de comunicación y de las instituciones públicas respetode los derechos de comunicación o sus prácticas de periodismo y comunicación. Luego del análisis de dichas denuncias, el Consejo emitirá informes y

⁶ Art. 45 de la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por la Asamblea Nacional el 14 de junio de 2013.

⁷ Capítulo VI del Proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por la Asamblea Nacional el 14 de junio de 2013.

recomendaciones no vinculantes sobre cada denuncia. Los medios denunciados estarán obligados a publicar un resumen de dichos informes en espacios de alta visibilidad y en días de alta circulación, y, en el mismo espacio, a responder de forma argumentada el contenido de dicho informe. En caso de violación de derechos, el Consejo iniciará de oficio las acciones constitucionales y legales pertinentes en contra de los responsables para obligar a las reparaciones y sanciones que fueran del caso.

- c) Realizar un seguimiento y monitoreo de las publicaciones y programación de todos los medios de comunicación del país y mantener esos archivos abiertos al acceso de la ciudadanía. De oficio, iniciará acciones constitucionales y legales para regular programaciones, modificar horarios y, en general, proteger los derechos fundamentales de los ciudadanos, especialmente de los niños y adolescentes y grupos humanos de condición especial.
- d) Analizar y aprobar los informes que deben presentar todas las entidades sujetas al principio de publicidad de información. En caso de que la institución sujeta a la publicidad de la información no presente el informe requerido en esta Ley, el Consejo iniciará de oficio las acciones constitucionales y legales pertinentes por violación del derecho al acceso a la información pública de todas las personas.
- e) A petición de cualquier persona, solicitar a las entidades públicas y privadas sujetas a la obligación de facilitar el acceso a la información pública, la corrección y clarificación de informaciones incorrectas o ambiguas. El Consejo determinará los correctivos y aclaraciones obligatorios para las entidades requeridas que de no cumplirse motivarán las sanciones previstas esta Ley.
- f) Otorgar certificaciones previas a espectáculos y actos públicos a presentarse de que no difundirán ni realizarán apología de los discursos prohibidos y no protegidos, señalados en el artículo 18 de esta Ley. Los organizadores de dichos espectáculos y actos públicos deberán solicitar y obtener dicha certificación 72 horas antes de su realización. Sin esa certificación el

espectáculo o acto público no podrá realizarse. En caso de que los organizadores de un espectáculo o acto público lo llevarán a cabo sin la certificación previa del Consejo, éste iniciará las acciones constitucionales y judiciales en contra de los responsables. Si a pesar de la certificación o sin ella, se difundieran discursos prohibidos y no protegidos, tal como lo dispone el referido artículo 18 de esta Ley, el Consejo iniciará de oficio las acciones constitucionales y judiciales pertinentes en contra de los responsables para obligar a las reparaciones y sanciones que fueran del caso.

- g) Iniciar de oficio las acciones constitucionales y judiciales pertinentes en contra de los responsables de afectaciones al derecho a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública, en caso de faltas contra estos derechos, y exigir reparaciones para los afectados.
- h) En el mes de enero de cada año, con la participación de los medios de comunicación, publicar un manual de buenas prácticas periodísticas para cada sector, el mismo que, sin ser vinculante, será difundido y publicado de manera obligatoria en horarios de alta audiencia y visibilidad por todos los medios de comunicación.
- i) En el mes de diciembre de cada año, publicar un informe sobre el Estado de los derechos de comunicación en el que se especificará los casos de violaciones a derechos, faltas a las buenas prácticas del ejercicio periodístico, abusos al ejercicio de los derechos a la comunicación y libertad de expresión y omisiones en la publicación de información pública por parte de entidades del Estado. Un resumen de este informe será publicado y difundido por todos los medios de comunicación.

Las atribuciones del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación serán:

1. Proteger y promover en el ámbito de su competencia el efectivo ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y la ley.

2. Promover la incorporación de los valores y prácticas de la convivencia intercultural en la programación de los medios de comunicación.
3. Fomentar e incentivar la creación de espacios para la difusión de la producción nacional, a fin de garantizar el cumplimiento de las cuotas de programación establecidos en esta ley.
4. Promover la conformación y articulación del Sistema de Comunicación Social, y actuar en dicho sistema como ente coordinador.
5. Participar en la elaboración de la Agenda Sectorial de Comunicación, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo.
6. Promover la democratización y fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.
7. Elaborar el proyecto de reglamento general de esta ley y ponerlo a consideración del Presidente de la República.
8. Elaborar el informe vinculante, en los casos previstos en esta Ley, para la adjudicación de concesiones de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión abierta.
9. Elaborar y mantener actualizado el Registro Nacional de Medios de Comunicación impresos, de radio, televisión, audio y vídeo por suscripción y digitales que se emitan desde el Ecuador.
10. Establecer mecanismos de registro y monitoreo técnico de la programación de las estaciones de radio, televisión y de medios impresos, con el fin de determinar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley.
11. Implementar mecanismos para establecer información real sobre el tiraje y venta efectiva de los medios impresos, así como sobre la sintonía y niveles de audiencia de los medios audiovisuales.

12. Conocer y resolver en el ámbito administrativo los reclamos presentados por violación a los derechos o a las obligaciones establecidas en esta ley.
13. Iniciar de oficio y resolver los procedimientos administrativos por el incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley.
14. Remitir a la Fiscalía la información que llegue a su conocimiento en relación a la violación de derechos que evidencien la comisión de delitos de acción pública.
15. Examinar y pronunciarse sobre los resultados de las veedurías ciudadanas que se organicen en torno al desempeño de las instituciones, organizaciones, empresas y medios públicos, comunitarios y privados que realizan actividades contempladas en el ámbito de esta ley.
16. Aprobar la proforma presupuestaria del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación elaborada y presentada por la Secretaría Técnica.
17. Nombrar y remover al Presidente del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación y a su Secretario Técnico.
18. Elaborar y expedir los reglamentos necesarios para el cumplimiento de sus atribuciones y su funcionamiento.

2.2.2.3 Regulación de contenidos

La identificación y clasificación de los tipos de contenidos se hallan estipulados en el Título IV (Regulación de contenidos), para lo cual “(...) los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en”:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;

3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.

En la ley quedan prohibidos transmitir información que tenga contenido: discriminatorio, violento, sexual explícito (en horarios que no sean para adultos), publicidad engañosa que tenga implícito temas de: trata de personas, abuso sexual, apología de guerra y odio nacional, racial o religioso.

En cuanto a la regulación de contenidos, se puede mencionar la Responsabilidad ulterior Art. 20, en cuanto a la Responsabilidad ulterior menciona:

“Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos humanos y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación”⁸.

El Estado por medio de este artículo garantiza que cualquier información que se difunda debe tener responsabilidad subsiguiente, cada profesional debe ser responsable y obligado a responder por su labor, los comunicadores deben enmarcarse dentro del profesionalismo y la ética al momento de emitir una información, misma que no puede ni debe caer en la calumnia, injuria o infamia.

Al respecto CIESPAL (2009), cita a Gustavo Abad quien opina:

“Me parece negativo que la mayor parte del articulado de la ley tenga una orientación punitiva antes que propositiva. Se privilegia la sanción antes que

⁸ Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por la Asamblea Nacional el 14 de junio de 2013.

la creación de políticas públicas para el mejoramiento del ejercicio de la comunicación. La mayoría de artículos se basa en la lógica de ‘si usted no hace esto, será sancionado con esto’. En ese sentido, la ley tiende a constreñir el horizonte de los derechos antes que ampliar el horizonte de las posibilidades” (CIESPAL, 2009).

Así también se puede leer el Art. 21 referido a la Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación que dice:

“Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos civil y administrativo, cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona”⁹.

Este artículo está ligado al Art. 24 que menciona que “todas las personas tienen derecho a que la información que se difunda sobre ellas por los medios de comunicación sea debidamente verificada”¹⁰.

Para dar cumplimiento con lo expuesto, los medios de comunicación deberán tener la obligación jurídica de publicar de forma inmediata, gratuita, con las mismas características y el mismo espacio u horario las rectificaciones necesarias por haber difundido información no demostrada, falsa o inexacta sobre una persona (La línea de fuego, 2012).

En el caso de que el medio de comunicación no rectifique, será el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación quien podrá disponer de medidas administrativas como disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a los afectados directos con copia al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación y publicación de la misma; lectura o transcripción de la disculpa pública en el mismo espacio y medio de comunicación en que se difundió la información no demostrada, falsa o inexacta; imposición de multas de acuerdo a lo estipulado por la ley si fuere el caso.

⁹Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por la Asamblea Nacional el 14 de junio de 2013.

¹⁰ Ibídem

Además de las acciones judiciales a las que haya lugar por la difusión de información no demostrada, falsa o inexacta sobre una persona¹¹.

2.2.2.4 Los medios de comunicación social

El Título V de la ley de comunicación menciona que los tipos de medios de comunicación social son de tres clases:

1. Públicos
2. Privados
3. Comunitarios

Mismos que deberán enmarcar el desarrollo de su gestión dentro de responsabilidades comunes, como:

1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad.
2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general.
3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas.
4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo.
5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad.
6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados.

¹¹ Ibídem Art. 25.

7. Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
8. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos.

2.2.2.5 El espectro radioeléctrico

El Título VI de la ley hace referencia a la gestión del espectro radioeléctrico, mismo que es un bien de dominio público del Estado, inalienable, imprescriptible e inembargable.

La administración para el uso y aprovechamiento técnico de este recurso público estratégico la ejercerá el Estado central a través de la autoridad de telecomunicaciones. En ningún caso, la administración del espectro radioeléctrico implica realizar actividades de control sobre los contenidos de los medios de comunicación.

En el título mencionado se hace énfasis en la distribución equitativa de las frecuencias de espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta, así se señala que su distribución será equitativa en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios.

Esta distribución se alcanzará de forma progresiva y principalmente mediante:

1. La asignación de las frecuencias todavía disponibles.
2. La reversión de frecuencias obtenidas ilegalmente, y su posterior redistribución.

3. La reversión de frecuencias por incumplimiento de las normas técnicas, jurídicas para su funcionamiento o fines para los que les fueron concesionadas, y su posterior redistribución.
4. La distribución de frecuencias que regresan al Estado conforme a lo dispuesto por la ley.
5. La distribución equitativa de frecuencias y señales que permitirá la digitalización de los sistemas de transmisión de radio y televisión.

En todos estos casos, la distribución de frecuencias priorizará al sector público y al comunitario hasta lograr la distribución equitativa que establece este artículo.

2.2.3 Los medios de comunicación como instrumentos políticos de la Revolución Ciudadana

Para la UNESCO (2003), en la mayoría de las democracias, la prensa se considera como manifestación y garantía del sistema democrático. El “cuarto poder” vigila su buen funcionamiento, denuncia sus abusos y aclara las decisiones.

En esta línea, los informadores gozan de derechos profesionales destinados a garantizar su independencia editorial frente a los poderes públicos y frente a sus empleadores (UNESCO, 2003).

En la práctica muchos profesionales denuncian constantemente las limitaciones que atentan contra su independencia y Ecuador no es la excepción, por otro lado, debe considerarse que en la disputa por el poder, los medios de comunicación, juegan un papel central, algunos de ellos, con sus evaluaciones buscan influir en los resultados del proceso. “Es importante tener presente que los medios de comunicación son instrumentos de influencia en la opinión pública” (Menéndez, 2004, pág. 87).

Gobierno, partidos políticos y medios de comunicación son actores centrales en la disputa por el poder. Así una campaña política se realiza con el fin de lograr la adhesión del pueblo a las propuestas del aspirante a un puesto de elección popular,

para conseguir el apoyo deseado se utilizan técnicas de comunicación, de propaganda en las cuales están totalmente involucrados los medios de comunicación social.

Pero ¿cómo los medios de comunicación han sido utilizados como instrumentos políticos para beneficiar la Revolución Ciudadana?, para dar respuesta a esta pregunta es necesario mirar la historia del Ecuador, Abdalá Bucaram, Jamil Mahuad y Lucio Gutiérrez fueron presidentes que no consiguieron terminar sus periodos de gobierno, en parte por el descontento de un buen número de ecuatorianos, antes del año 2007 el país vivió envuelto en una intensa inestabilidad política.

Actualmente, Rafael Correa cuenta con altos índices de aceptación popular en todo el país, la gestión de su gobierno en la que se incluye al vicepresidente Lenin Moreno ha llegado a ser reconocida incluso a nivel internacional.

El respaldo que ha conseguido el mandatario en gran medida a criterio de expertos en ciencias políticas se debe al particular carisma que tiene el presidente, al que se une su liderazgo personal para cumplir sus objetivos. “Rafael Correa comunica muy bien sus ideas, trabaja intensamente, tienen una extensa formación académica y conoce al Ecuador profundo” (Revista Vanguardia, 2012).

Por otro lado, el presidente plantea una relación directa con los ciudadanos, visita las distintas provincias del país para realizar sus conocidos informes semanales, en sus largas intervenciones combina “argumentos técnicos con un lenguaje popular, trata los temas que son de su interés y descalifica a sus adversarios” (Revista Vanguardia, 2012).

A través de su informe semanal el Ejecutivo mantiene una constante relación con la ciudadanía, notifica de su obra y así consolida su posición en el ámbito político, se podría decir que el gobierno permanece haciendo campaña, la Revista Vanguardia (2012), cita a los autores Conaghan y De la Torre quienes señalaron al respecto que es “una estrategia política que plantea la promoción constante e intensa del gobierno de turno y de su Presidente”.

Bien podría decirse, que el Gobierno de la Revolución Ciudadana ha ido reforzando por medio del poder que actualmente tiene, el marketing político (publicidad) con el cual inició en su primera campaña con el fin de conseguir el apoyo popular.

Rafael Correa ha mantenido desde sus inicios la idea de la tarea solidaria desde el gobierno, la publicidad que el gobierno utiliza es llena de creatividad y se adapta a los cambios políticos que el gobierno plantea; además, Correa ha sido el único presidente en el país que ha ocupado tantas horas en la pantalla televisa y en la radio a través de su informe semanal, al que hay que añadir la constante publicidad que su política institucional ocupa como espacio público en los medios.

Rafael Correa utiliza el discurso populista como estrategia política, misma que según Kurt Weyland citado por la Revista Vanguardia (2012), “se enfoca en los métodos y los instrumentos para ganar y ejercer el poder, el sustento de la reglamentación política”.

La propuesta política que plantea el gobierno encara dos grupos opuestos (las élites y el pueblo) en el cual los primeros son vistos como los responsables de los problemas del país y el pueblo la víctima de sus atropellos (Revista Vanguardia, 2012).

A esto hay que añadirle el incremento significativo del gasto social que ha impulsado en actual gobierno, mismo que se ha visto reflejado en educación, vivienda, salud, infraestructura vial y otros. Y todo cuanto el gobierno hace es conocido por el pueblo en el enlace ciudadano semanal, lo que asegura al gobierno mantener su popularidad.

Adicionalmente, el actual gobierno tiene algunos factores que le benefician como son: la debilidad de la oposición, la estabilidad económica que vive el país, el ambiente de equidad y el hecho de que el Estado cuente con espacios importantes en los medios públicos de información.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL SUMAK KAWSAY Y LAS NUEVAS POLÍTICAS

3.1 La política de comunicación pública según el Plan Nacional del Buen Vivir

El Plan Nacional de Desarrollo, llamado Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013, “es el instrumento del Gobierno Nacional para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública” (Consejo Nacional de Planificación, 2009).

Este Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, “cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir” (Consejo Nacional de Planificación, 2009).

Para dar cumplimiento al Plan Nacional para el Buen Vivir, el Estado busca ser efectivamente democrático, bajo una estructura de representación política pluralista y diversa, en la que se dé lugar a la participación ciudadana y a la deliberación pública en la toma de decisiones y en el control social de la acción.

El Gobierno Nacional se ha planteado impulsar un proceso sostenido de democratización de los medios de producción, dentro de los cuales se cuentan los medios de comunicación.

Además, la construcción de la Sociedad del Buen Vivir tiene sobrentendido el tránsito hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento pero considerando el uso de las TIC, no solo como medio para aumentar la productividad del aparato productivo sino como elemento para crear igualdad de oportunidades, para provocar la participación ciudadana, para recrear la interculturalidad, para valorar nuestra diversidad, para defender nuestra identidad plurinacional (Consejo Nacional de Planificación, 2009).

3.1.1 Fundamentos de la nueva política de comunicación del Buen Vivir

El objetivo número 7 del Plan Nacional de para el Buen Vivir establece “construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 81).

En cumplimiento de este objetivo:

“Es prioritario crear un sistema de comunicación pública que articule y potencie el trabajo de los medios públicos, y promueva el desarrollo de medios privados y comunitarios alternativos para que juntos contribuyan a crear y consolidar espacios de opinión pública diversa, inclusiva y deliberante. De esta manera, se establece una clara diferencia con la homogeneización que promueven los medios sometidos a corporaciones y grupos económicos privados y se fomenta la ciudadanía comunicativa de todas personas sin exclusiones” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 81).

El fin de construir espacios públicos es permitir la participación igualitaria y activa de la ciudadanía de forma individual o colectiva en busca de interés comunes, garantizar el acceso a los diferentes medios de encuentro, robustecer los espacios de intercambio y deliberación, contribuir al conocimiento y al desarrollo de la cultura, las artes y la comunicación.

3.1.1.1 Abandono del concepto de desarrollo

Según el Plan Nacional del Buen Vivir, la transformación estructural propuesta por Gobierno Nacional, mediante la llamada “revolución ciudadana” se trata de un cambio de paradigma, es decir de lograr un salto cualitativo desde la tradicional concepción de “desarrollo” al nuevo concepto del “Buen Vivir”.

Esta propuesta, en esencia significaría superar la concepción unilineal de que las sociedades de los países capitalistas desarrollados son irreversiblemente el modelo de sociedad a seguir, por lo tanto, la modernización basada en la industrialización y el crecimiento económico medido en términos de PIB, no son elementos demostrativos de un adecuado direccionamiento de un país hacia el desarrollo.

El Gobierno de la Revolución Ciudadana deja entrever que el cambio de paradigma propuesto es válido para cualquier país que quiera realizar una transformación estructural, puesto que, según su criterio, la discusión y avance teórico-conceptual logrado hasta ahora sobre el “desarrollo”, tanto en el ámbito nacional como internacional, sólo ha significado una mutación conceptual, es decir un cambio de forma, “en el mejor de los casos ha tenido críticos implacables que, sin embargo, no han sido capaces de plantear conceptos alternativos”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 32).

El Plan Nacional del Buen Vivir agrega que el replanteamiento teórico realizado por otras corrientes de pensamiento sobre “el desarrollo”, - como el concepto de “desarrollo humano” por ejemplo-, si bien han puesto al ser humano y no al mercado o la producción como centro del desarrollo y han redefinido su medición a escala humana, “enfaticando la calidad de vida como un proceso de aplicación de oportunidades y expansión de capacidades humanas, orientadas a satisfacer necesidades de diversa índole...adquirir conocimientos y acceder a recursos para tener un nivel de vida decente” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 32) no han superado el enfoque “bienestarista” (p.33), es decir la concepción del desarrollo como sinónimo de bienestar.

Aún el concepto del “desarrollo sustentable”, resultaría ser “inviabile sin el respeto a la diversidad histórica y cultural como base para forjar la necesaria unidad de los pueblos, enfatiza”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 33)

Con estas apreciaciones, el Gobierno Nacional, propone dejar a un lado la palabra “desarrollo” e incorporar al debate el concepto del “Buen Vivir”, como una propuesta de los países del sur para repensar las relaciones sociales, culturales, económicas y ambientales y de conformidad con el nuevo pacto social sellado con la Constitución del 2008.

3.1.1.2 La adopción del concepto del Buen Vivir

El concepto del Buen Vivir se basa en la cosmovisión indígena del “sumak kawsay” o la vida plena, que supone la existencia de una relación armónica total entre los seres humanos y el cosmos. Cada acto, cada comportamiento humano ocasionaría

consecuencias cósmicas. En esta cosmovisión la noción del desarrollo, desde la tradicional concepción unilineal de la historia, no existe, en su lugar se concibe la posibilidad de construir sociedades del Buen Vivir, considerando el pasado, lo vivido, lo conocido, y no en función de un futuro desconocido e inexistente. La totalidad se expresa en cada ser y cada ser en la totalidad. “El mundo de arriba, el mundo de abajo, el mundo de afuera y el mundo de aquí, se conectan y hacen parte de esta totalidad, dentro de una perspectiva espiral del tiempo no lineal”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 32).

El pensamiento del Buen Vivir es eminentemente colectivo, es decir se fundamenta en la idea del “nosotros” no cabe desde esta perspectiva el “yo” de las sociedades occidentales. Se trata de relaciones entre seres humanos, la naturaleza, la vida comunitaria, el pasado y el futuro, y no de visiones de desarrollo fragmentarias, economicistas y centradas en el mercado.

El propósito del Gobierno Nacional, según el Plan Nacional del Buen Vivir, de incorporar la concepción del Sumak Kawsay en la planificación y gestión de las políticas públicas nacionales, es ocasionar una ruptura conceptual con las ideas del Consenso de Washington, cuyas políticas estabilizadoras, de ajuste estructural y reducción del Estado, causaron una profunda crisis socioeconómica y debilidad del sistema político e institucional del Ecuador y Latinoamérica en general, de tal forma que en adelante las políticas públicas estén orientadas por la ética y principios que permitan la construcción de una sociedad ecuatoriana justa, libre y democrática.

3.1.1.3 Los principios del Buen Vivir

- **Unidad en la diversidad.-** El Plan Nacional del Buen Vivir señala que la lucha por la igualdad es también la lucha por el reconocimiento de la diferencia, puesto que igualdad no es sinónimo de homogenización, ni diferencia sinónimo de desigualdad. “Igualdad y diferencia no son dos nociones contrapuestas, por el contrario constituyen dos dimensiones de la justicia social. Este es el sentido de la unidad en la diversidad”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 35)

Destaca el Plan que la diversidad cultural es parte sustancial de las sociedades del buen vivir, sin embargo en sociedades marcadas por la desigualdad, como la ecuatoriana, el diálogo intercultural entre iguales, no es posible cuando unas culturas están subordinadas por otras. De esta forma las relaciones interculturales se convierten en un asunto político y la inclusión e integración social requieren cambios en las estructuras de poder.

La construcción de una sociedad radicalmente democrática y pluralista implica la transformación articulada en los campos socioeconómico, político y cultural, afirma el Plan. La transformación en lo socioeconómico aseguraría la igualdad, en lo político la modificación en las estructuras de poder, de manera que la diferencia no sea elemento de dominación y opresión, y en lo sociocultural permitiría el reconocimiento de la diferencia y el aprendizaje entre culturas.

- **Vida en sociedad.-** La realización de un vida plena, que concibe el modelo del Buen vivir, incluye el reconocimiento de la existencia de los demás, la interacción e interdependencia entre todos los miembros de una sociedad, pues los hombres y la mujeres somos ante todo seres sociales, gregarios y políticos. Según el Plan, se trata de reconocer que no podemos defender nuestra vida sin defender la de los demás – los presentes y descendientes-. concibiendo al ser humano como un portador de derechos y responsabilidades hacia los otros.

Este principio define a la sociedad como el espacio de realización y reflexión en torno a las distancias justas e injustas que separan a unos de otros. Espacio en el que la libertad para la realización de las potencialidades de cada individuo se expresa como una consecuencia de la realización de las potencialidades de los demás. “La libertad de todos es condición de la libertad de cada uno”, se dice, pues la libertad supone la creación de condiciones sociales para que cada uno pueda decidir sobre su proyecto de vida y sobre las normas que rigen la vida de todos, y no solamente la no interferencia en las acciones individuales.

- **Igualdad, Integración y cohesión social.-** Según el Plan Nacional para el Buen Vivir, la igualdad, inclusión y cohesión social son valores que permiten promover el espíritu cooperativo y solidario del ser humano, por ello las políticas

distributivas de los recursos deben de estar dirigidas a reducir las brechas sociales y económicas que separan a unos de otros y a promover la integración y cohesión de los individuos en la sociedad.

Si la búsqueda justicia social constituye un espacio de mutuo reconocimiento entre ciudadanos iguales, el propósito es construir una sociedad igualitaria como una comunidad política no estratificada, que no genere o reproduzca grupos sociales desiguales, sino que sea un lugar común en el que los ciudadanos, mutuamente reconocidos como pares, tengan el anhelo de convivir juntos.

Entonces el objetivo, según el Plan, es construir un modelo igualitario que propicie y garantice la participación de los sujetos sin considerar su condición de clase social, mediante políticas públicas de y para la ciudadanía en general. “Se trata de crear una ciudadanía con capacidad de tomar decisiones por fuera de la presión o tutela del poder de unos pocos”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 38), pues, como expresara el Libertador Simón Bolívar “sin igualdad, perecen todas las libertades, todos los derechos.

- **Desarrollo de las capacidades como derecho humano.-** Otro de los principios del Buen Vivir que refiere el Plan, es la potenciación de las capacidades de todos los individuos, en el marco de la garantía y cumplimiento de los derechos humanos y mediante una política de distribución igualitaria de recursos, para que todas y todos puedan elegir y realizar autónomamente, en forma individual o colectiva, sus proyectos, a objeto de lograr una vida digna y no la simple supervivencia.

Si de garantizar los derechos de las y los ciudadanos se trata, entonces las políticas no pueden ser selectivas sino universales, como principio rector de la estrategia económica y social de mediano y largo plazo. Si bien la focalización de la política pública podría ser prioritaria y necesaria en emergencias momentáneas, el objetivo debe ser el reconocimiento de igual dignidad para todos los seres humanos, pues conceder un derecho desigual en forma permanente sólo a algunas personas, sería situar al “beneficiario” en una posición de subordinación e indignidad frente a los demás.

- **Relación armónica con la naturaleza.-** “La responsabilidad ética con las actuales y futuras generaciones y con resto de especies es un principio fundamental para prefigurar un nuevo esquema de desarrollo humano”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 38) recalca el Plan. Pues, la economía constituye un sistema que forma parte de otro sistema mayor como es el ecosistema, proveedor de recursos energéticos y materiales para los procesos productivos y otros servicios fundamentales como el reciclaje de residuos de dichos procesos que retornan a la naturaleza.

Entonces la economía no puede verse únicamente con el cristal de las sociedades occidentales: un sistema ilimitado de producción y consumo de mercancías, regulado por el mercado a través de los precios, sino como un medio para alcanzar el Buen Vivir, mediante el uso y transformación de la materia y energía que provee la naturaleza condicionados por la capacidad de asimilación de los ecosistemas, consolidando un progreso tecnológico sobre la base del incremento de la eficiencia sistémica, es decir mediante la generación de determinados niveles de producción con el menor uso posible de recursos naturales.

- **Convivencia solidaria, fraterna y cooperativa.-** Otro de los principios de la concepción del Buen Vivir, que señala el Plan, tiene que ver con la necesidad de construir relaciones que promuevan la solidaridad, la fraternidad y la cooperación entre ciudadanos y ciudadanas, como objetivo de una sociedad que desea recuperar el carácter público y social del individuo, diferente al desarrollo del ser solitario y egoísta que propugnan las sociedades de libre mercado.

“Se trata de propiciar la construcción de escenarios donde el ideal de la fraternidad pueda prosperar en una dirección en que los objetivos personales no se reduzcan al afán de obtener réditos particulares, sino también a construir experiencias comunes que edifiquen un porvenir compartido en que nadie dependa de otro particular para vivir dignamente”, reafirma el Plan.

Sin embargo, reconoce también que la cooperación se desarrollará en la medida en que las partes interesadas sean conscientes de que, en el futuro, estarán ligadas por

proyectos conjuntos. Entonces, el objetivo en este caso es propiciar un orden social e institucional en el que los ciudadanos y ciudadanas reconozcan que el beneficio de uno depende del beneficio de todos.

- **Trabajo y ocio liberadores.**- Otro de los principios del Buen Vivir que describe el Plan es la libertad potencial que genera un trabajo que asegure el sustento propio de cada ciudadano y ciudadana. Sin embargo, este trabajo no se refiere únicamente el empleo asalariado, sino al trabajo que resulta de un reparto igualitario de toda la carga de trabajo, de tal forma que implique no sólo un reparto más igualitario de la renta, sino una meta transformadora de la sociedad, que posibilite la creación de más tiempo disponible para las personas. Un trabajo que genere riqueza motivada por el interés particular, pero respetando criterios de solidaridad, reciprocidad y justicia social.

“Se trata –dice el Plan- de situarse en la perspectiva más amplia de la transformación de las relaciones sociales en sentido emancipador, liberando tiempo para vivir garantizando un trabajo que permita la realización personal en todos los ámbitos”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 40). De ahí que, si bien el modo de producción debe estar centrado en el trabajo, no puede estar basado en la propiedad estatal de los medios de producción, como proponía el socialismo real, “sino en un régimen mixto de propiedad donde coexiste la propiedad privada regulada, el patrimonio público, las comunidades y las asociaciones colectivas (cooperativas)” (p.40).

Subraya el Plan que con la aplicación de este principio “se procura la construcción de mundos vitales, distintos al imperio absoluto de la producción y el productivismo, y peor aún el predominio del capital sobre el trabajo”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 40).

- **Reconstrucción de lo público:-** Para el Plan, lo público constituye “lo que es de interés o utilidad común a todos los miembros de la comunidad política, lo que atañe a lo colectivo y, en esta misma línea, a la autoridad de lo que de allí se emana” (Rabotnikof 1995). Sobre la base de esta definición, el Plan, agrega que lo que está en juego es la necesidad de construir la noción de espacio público

como aquello que se refiere tanto a los lugares comunes, compartidos y compartibles, y aquello en el que se presentan y tratan, entre todos y para todos, asuntos de interés común.

El objetivo de construir una nueva sociedad obliga al Estado a recuperar lo público –privatizado en el pasado- retomando la idea de la propiedad y servicio público como bienes producidos y apropiados colectiva y universalmente, articulando con el nuevo lugar que tiene la sociedad civil en la gestión de lo público. Se debe también retomar la idea de lo público como lo opuesto a lo oculto. En este caso la transparencia de los actos del Estado es fundamental para evitar desigualdades en la asignación de recursos y la imposibilidad de reclamos por parte de los afectados.

“La noción de lo público está también asociada a los espacios comunes de encuentro entre ciudadanos, espacios abiertos a todos sin exclusiones y no meramente como un mercado de vendedores y compradores” dice el Plan, resaltando que existe un conjunto de bienes públicos que no pueden ser convertidos en mercancías, por lo cual, afirma, es obligación del Estado y de la comunidad política garantizar el acceso a este tipo de bienes a todas y todos, como un ejercicio de sus libertades en igualdad de condiciones.

Destaca que uno de los principales instrumentos para fortalecer lo público en la sociedad es la educación pública universal, no confesional y financiada íntegramente por el Estado, en la que se promueva el pluralismo ideológico y la libertad de conciencia, como uno de los objetivos primordiales.

- **Democracia representativa, participativa y deliberativa.-** Para que un Estado sea efectivamente democrático no es suficiente la representación política pluralista y diversa, es necesario la participación y deliberación ciudadana en la toma de decisiones y el control de la acción estatal, reitera el Plan. “Se trata entonces de promover una efectiva inserción de la participación ciudadana en la gestión pública y el proceso político”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 41), a objeto de lograr un mayor equilibrio de poder en la toma decisiones, una mayor

democratización y eficiencia en la gestión pública y una redistribución más justa de la riqueza social.

En la medida en que se abran los espacios de diálogo y participación de la ciudadanía activa, aumentará el poder ciudadano de incidencia pública, su capacidad de autogobierno y organización social autónoma, así como su interés por los asuntos públicos, convirtiéndose de esta forma en un pilar para el cambio político que requiere el país. La innovación institucional participativa democratizará y volverá más eficiente la gestión pública, en la medida en que ésta responda a las demandas e información producida colectivamente, en el diálogo social entre la ciudadanía y el Estado.

- **Estado democrático, pluralista y laico.-** El Plan, entre los principios del Buen Vivir contempla la construcción de un Estado radicalmente democrático, plurinacional y megadiverso que reconozca la diferencia de una multiplicidad de identidades colectivas en interacción y reproducción de relaciones complejas con la nación, que presente soluciones jurídicas e institucionales -bajo la forma de derechos- posibilitando la igualdad de los diversos, de forma que junto a la figura de ciudadano o ciudadana como titular de derechos exigibles únicamente en términos individuales se encuentre la noción de derechos de titularidad colectiva.

Otro objetivo, según el Plan, es construir un Estado que entienda y garantice la cultura como un bien público de libre desenvolvimiento, como una actividad simbólica que permite dar libre curso a la expresividad y capacidad de reflexión crítica de las personas, que defienda la laicidad como el establecimiento de las condiciones jurídicas, políticas y sociales idóneas para el desarrollo pleno de la libertad de consciencia, base de los derechos humanos y condición necesaria para garantizar el pluralismo social en todas sus formas.

En tales condiciones, agrega, el Estado pondrá a cada ciudadano y ciudadana individualmente como el único o única titular de la libertad de consciencia, distinguiendo entre la esfera de lo público, que concierne a todos y cada uno de los ciudadanos, independientemente de sus orientaciones en materia de consciencia, y la esfera de lo privado, lugar de las creencias y convicciones particulares. De esta forma, el Estado a la vez que garantiza la autonomía de

opción y decisión individual y el uso de la razón frente a los dogmas, protegerá también las convicciones individuales de los miembros de entidades colectivas, en el espacio propio de dichas entidades.

3.1.1.4 El contexto socialista del Buen Vivir

El objetivo que mueve al Gobierno de la Revolución Ciudadana a adoptar los principios del Buen Vivir, según el mismo Plan, es la eliminación de las desigualdades sociales que producen dominación, opresión o subordinación entre personas en el País. Concuerdan con Olin (2006) que el desafío es lograr progresivamente la construcción de una sociedad democrática en condiciones de radical igualdad social y material, apuntando al fortalecimiento de la sociedad –no del mercado, como en el neoliberalismo- ni del Estado –como en el “socialismo real”.

La eliminación de la desigualdad social, a criterio del Plan, es posible mediante la creación de escenarios que fomenten una paridad que viabilice la emancipación y autorrealización de las personas, donde los principios de solidaridad y fraternidad puedan prosperar y con ello la posibilidad de un mutuo reconocimiento, a la vez que se fortalece la sociedad mediante la promoción de la libertad y la capacidad de movilización autónoma de la ciudadanía para realizar voluntariamente acciones cooperativas, individuales y colectivas, de distinto tipo. Esta capacidad, agrega, exige que la ciudadanía tenga un control real del uso, de la asignación y de la distribución de los recursos tangibles e intangibles del país.

Uno de los instrumentos con el que se pretende crear las condiciones del socialismo del Buen Vivir, es la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sistema Financiero Popular y Solidario, expedida el 10 de mayo del 2011, en la que en el Art. 1 se define al nuevo sector como “la forma de organización económica donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la

naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación del capital”(Presidencia de la República, 2011).

Con la aprobación y expedición de esta ley se busca promover la expansión y consolidación del modelo socialista del Buen Vivir, regido por los principios de solidaridad, cooperación y reciprocidad ciudadana, y no por las leyes del mercado, la rentabilidad privada y la competencia, o por la estatización de la propiedad de los medios de producción, es decir, se quiere construir el sistema económico “social y solidario” establecido constitucionalmente, en el que el ser humano y el trabajo autónomo, sean el centro de la actividad económica; y no el mercado como en la “economía social de mercado” o el Estado como en la “economía socialista” del siglo XX.

3.1.1.5 Principios de la comunicación pública del Buen Vivir

Si bien la política orientada a “garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa” y sus lineamientos¹², del Plan Nacional del Buen Vivir, incorpora implícitamente los principios del modelo socialista del Buen Vivir, es el Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, presentado por la Comisión de Comunicación de la Asamblea Nacional, que describe abiertamente varios principios que estarían vinculados directamente con la nueva política de comunicación pública del Gobierno Nacional.

Cabe destacar, sin embargo que este proyecto de Ley no significa una eliminación total del marco jurídico referido a la información y comunicación existente en el País, sino, como señala el mismo Presidente de la Comisión mencionada, sólo la derogatoria de algunas normas que “aluden a los temas regulados en el Proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación”¹³, las demás se mantienen para “garantizar la

¹² Principalmente los referidos a: asignar democráticamente las frecuencias del espectro radioeléctrico; fortalecer los medios de comunicación públicos; impulsar espacios comunicativos que promuevan la interculturalidad y el reconocimiento a las diversidades; promover contenidos comunicacionales que fortalezcan la identidades diversas y la memoria colectiva; fomentar la responsabilidad de los medios de comunicación para que regulen su programación desde la perspectiva de los derechos humanos, el reconocimiento de las diversidades y la interculturalidad; y establecer incentivos para la comunicación alternativa basada en los derechos de la ciudadanía.

¹³Oficio No 026-COEC- , de 18 de julio de 2012, dirigido por el Presidente de la Comisión de la Comisión de Comunicación al Presidente de la Asamblea Nacional.

normal realización de las actividades de los concesionarios de frecuencias de radio y televisión en los aspectos administrativos y técnicos que regulan la Ley de Radiodifusión y Televisión”¹⁴.

La diferencia entre el marco jurídico del modelo neoliberal y el propuesto se analiza más detenidamente en la parte atinente a esta temática. Ahora revisemos los principios del Buen Vivir que se recogen en el Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación:

- **Principio de acción afirmativa.-** El primer principio considerado como fundamento doctrinario de la nueva política de comunicación del Buen Vivir, tiene que ver con el mejoramiento de las condiciones de acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de los grupos humanos, en real desigualdad, frente a los demás ciudadanas y ciudadanos. En este sentido, señala el proyecto de ley, “las medidas de política pública que se tomen durarán el tiempo que se necesario para superar dicha desigualdad y su alcance se definirá en cada caso concreto”.

Este principio, evidentemente, se fundamenta en el principio del Buen Vivir que defiende la lucha por la igualdad como la lucha por el reconocimiento de la diferencia, pues la unidad de un país diverso como el Ecuador no es posible, si persisten las características de una sociedad marcada por la desigualdad, donde unas culturas están subordinadas a otras.

Con la incorporación de este principio a las políticas públicas se buscaría asegurar que la diferencia deje de ser un mecanismo de dominación y opresión y pase a constituirse en un elemento de aprendizaje entre culturas, mediante el avance en la igualdad socioeconómica.

- **Principio de democratización de la comunicación e información.-** Otro de los principios del Buen Vivir que recoge el Proyecto de Ley de Comunicación, e incorpora como sustento de las políticas públicas de comunicación, es el orientado a impulsar, en forma permanente y progresiva la generación de

¹⁴Ibídem.

condiciones materiales, jurídicas y políticas, a objeto de alcanzar y profundizar la democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación. Si bien la orientación del principio es clara, el contenido referido a la creación de medios de comunicación, generación de espacios de participación y acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico pierde vinculación con dicha orientación.

Es evidente la necesidad de precisar la redacción del mencionado texto en el Proyecto de Ley, de forma que no quede dudas sobre la aplicación del principio de democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación, tanto en la creación de los medios de comunicación, como en la generación de espacios de participación y acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para servicio de radio y televisión abierta y por suscripción, las tecnologías y flujos de información.

La importancia de este principio radica en que tiene que ver con la idea central del socialismo del Buen Vivir, orientado a construir una sociedad democrática, “centrada en el trabajo pero no en la propiedad estatal de los medios de producción”, mediante “un régimen mixto de propiedad donde coexistan la propiedad privada regulada, el patrimonio público, las comunidades y las asociaciones colectivas (cooperativas) que, en tanto buscan la reproducción de la vida de sus miembros, tienen la potencialidad de asumir como objetivo colectivo la reproducción de la vida de todos, y pesar fuertemente en las decisiones sobre la economía pública” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 40).

- **Principio de participación.-** La participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de comunicación de los medios públicos, privados y comunitarios, es otro de los principios considerados en el Proyecto de Ley de Comunicación, vinculado a la noción de la recuperación de lo público o de interés común que debe realizar la política pública.

“Se trata de espacios comunes de encuentro entre los ciudadanos, espacios abiertos a todos sin exclusiones y no meramente como un mercado de compradores y vendedores,... espacios de la participación organizada de sectores voluntarios que reclaman para sí un rol preponderante en la toma de decisiones

políticas y en la incidencia en las grandes orientaciones de la vida pública del país” dice el Plan del Buen Vivir (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 40).

Se entiende que la disposición prevista en la ley para que los medios públicos, privados y comunitarios faciliten la información en los procesos de comunicación, es decir en la - producción, emisión y recepción- se trata de impulsar, como dice Exeni, una política que permita una participación social efectiva

- **Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.-** Otro de los principios que el Proyecto de Ley considera también como sustento de las políticas públicas de las instituciones del Estado con competencia en materia de derechos a la comunicación, está orientado a garantizar “la relación intercultural entre comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, a fin que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano”¹⁵
- **Otros principios.-** Además de los principios descritos, el Proyecto de Ley de Comunicación resalta el referido al interés superior de niñas, niños y adolescentes establecidos en la Constitución, que deben cumplir los medios, priorizando el derecho a la comunicación de este sector social, así como el principio de transparencia que deben seguir en sus políticas editoriales e informativas. Sin embargo, otros principios del Buen Vivir, como el de desarrollo de las capacidades como derecho humano, el de defensa de la relación armónica con la naturaleza o el de connivencia solidaria, fraterna y cooperativa, se omiten de enunciarse expresamente en el referido proyecto de Ley.

¹⁵ Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por la Asamblea Nacional el 14 de junio de 2013, Pág., 1.

Los principios del socialismo del Buen Vivir¹⁶, asumidos por el Proyecto de Ley de Comunicación, tienen como objetivo, al igual que en el socialismo clásico, cambiar el pensamiento “mercantilista” que concibe a la comunicación como una mercancía - “información”- de libre circulación (Exeni, 1998, pág. 42); sin embargo el camino alternativo del Buen Vivir que propone difiere sustancialmente del socialismo del siglo XX. Si bien el enfoque doctrinario de la “Revolución Ciudadana” involucra el re-direccionamiento del sentido unilineal que tiene el concepto de desarrollo - que pone a los países capitalistas desarrollados como único modelo de sociedad a seguir¹⁷-, y busca establecer el modelo socialista del Buen Vivir como una opción alternativa, no pone como condición indispensable la supresión de la propiedad privada de los medios de comunicación.

En este sentido la política de comunicación basado en los principios del Buen Vivir, es asumida como un elemento de la política nacional orientada a establecer un “Estado radicalmente democrático”¹⁸, pluralista y laico, en el marco de las garantías al derecho individual y colectivo a la comunicación e información establecidas en la Constitución, incorporando“ a los procesos de acumulación y re-distribución, a los actores que históricamente han sido excluidos de la lógica del mercado capitalista, así como a aquellas formas de producción y reproducción que se fundamentan en principios diferentes a dicha lógica del mercado (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 43)

16 Referidos a superar la desigualdad de las condiciones de acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación; impulsar, en forma permanente y progresiva la generación de condiciones materiales, jurídicas y políticas, para alcanzar y profundizar la democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación; permitir la participación ciudadana en los procesos de comunicación públicos, privados y comunitarios; y garantizar la relación intercultural para la producción y difusión de contenidos que reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua.

17 En el que la política de comunicación pública garantice el respeto al derecho de los demás, entre ellos al trabajo autónomo y a la realización de las potencialidades individuales; redistribuya los recursos de la información y comunicación a fin de reducir las brechas sociales y económicas que separan a unos de otros e impulsen la integración y cohesión social; promueva la relación armónica con la naturaleza, la convivencia humana solidaria, fraterna y cooperativa, recuperando el carácter público y social de la información y comunicación, como espacios comunes y abiertos de encuentro entre ciudadanos sin exclusiones.¹⁷

18 Que reconozca la existencia de una multiplicidad de identidades colectivas en interacción y reproducción de relaciones complejas; que presente soluciones jurídicas e institucionales para posibilitar la igualdad de los diversos; que permita el libre cauce de la expresividad y capacidad de reflexión crítica de las personas; que establezca las condiciones jurídicas, políticas y sociales idóneas para el desarrollo pleno de la libertad de consciencia, que ponga a la ciudadanía como titular de dicha política en la esfera de lo público, lo que concierne a todos y cada uno de los ciudadanos, y en la esfera privada las creencias, convicciones e intereses particulares, entre otros logros.- Plan Nacional del Buen Vivir.- Pág. 35

Es decir, el “cambio de paradigma” propuesto por la “Revolución Ciudadana”, en el campo de la comunicación, al igual que en los demás ámbitos de la política pública, representa un cambio hacia un modelo de comunicación en el que coexistan “actores públicos, privados, ciudadanos y comunitarios” integrantes del sistema nacional de comunicación social, creado por la misma Constitución (Asamblea Constituyente, 2008), diferente al modelo de transformación estructural basado en la extinción de la estructura capitalista de los medios de comunicación, propuesto por Allende en Chile (Exeni, 1998, pág. 83), en 1972; o al modelo sin propiedad privada de los medios de comunicación, basado en la expropiación, centralizado y controlado por el Estado (Exeni, 1998, pág. 83), instaurado, en 1969, por el régimen socialista en Cuba.

Aunque no expresa abiertamente, el Plan sugiere que el Socialismo del Buen Vivir es una concepción teórica diferente -al socialismo clásico- elaborada “desde el Sur”, que “forma parte de una larga búsqueda de modelos de vida que han impulsado particularmente los actores sociales de América Latina durante las últimas décadas, como parte de sus reivindicaciones frente al modelo económico neoliberal”(Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 43). Esta aseveración explica, en cierta medida, el origen de las coincidencias de enfoque que tiene la propuesta de transformación estructural del Gobierno de la Revolución Ciudadana del Ecuador con la propuesta de democratización de la política de comunicación en América Latina presentada por Exeni en su trabajo teórico elaborado en el año de 1998.

Como enfatiza el mismo Plan, la propuesta comunicacional del Gobierno Nacional está orientada a transformar al país en una “Sociedad de la Información y el Conocimiento (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 112), considerando el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), no “solo como medio para incrementar la productividad del aparato productivo sino como instrumento para generar igualdad de oportunidades, fomentar la participación ciudadana, recrear la interculturalidad, valorar nuestra diversidad, fortalecer nuestra identidad plurinacional, en definitiva, para profundizar el goce de los derechos establecidos en la Constitución y promover la justicia en todas sus dimensiones” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 112), en un contexto en el que coexistan “la propiedad privada regulada, el patrimonio público, las comunidades y

las asociaciones colectivas (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 40), y “el mercado deja de ser el motor que impulsa el desarrollo y comparte una serie de interacciones con el Estado, la sociedad y la naturaleza” (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 43)

3.2 Resultados del proceso de transformación estructural de la comunicación pública en el Ecuador

3.2.1 Democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación

En un artículo analítico que fue parte de la campaña de CRIS, Derechos de Comunicación en la Sociedad de la Información, emitida por la Universidad Simón Bolívar en el año 2010, se establece la pregunta de ¿por qué la propiedad de los medios debería ser un tema de preocupación?

Así en referencia al mismo artículo, existen tres sectores que mantienen el interés en el negocio de los medios de comunicación: el gobierno, el sector privado y en menor proporción la sociedad civil. Si bien cada uno de los sectores tienen diferentes intereses al respecto, “siempre existe una superposición, especialmente entre los intereses de los medios gubernamentales y del sector privado” (Programa Andino de Derechos Humanos, 2010).

En el país la propiedad de los medios de comunicación ha experimentado un cambio trascendental, en la actualidad el Estado es propietario de medios de comunicación masiva que antes eran propiedad privada.

Por otro lado, los avances tecnológicos han hecho posible que la información llegue a prácticamente todos los ecuatorianos.

Si se mira la historia, los medios de comunicación en el sistema global han sido manejados por un grupo de corporaciones internacionales entre las que se pueden nombrar: AOL-Time Warner, News Corporation, General Electric, Sony, Vivendi, Viacom, Televisa, Globo, entre otros. A nivel nacional también existen grupos de

poder económico que han hecho de la comunicación un gran negocio tal como se puede apreciar en el literal 2.2.1 del presente estudio.

El monopolio de los medios de comunicación ha mantenido generalmente el contenido de la información bajo el criterio del lucro, incentivado por la publicidad “lo que ha llevado a la disminución de opinión, puntos de vista y el espacio para un debate informado” (Programa Andino de Derechos Humanos, 2010).

El Proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación al respecto propone una distribución democrática de propiedad de los medios; así expresa que la distribución de frecuencias deberá ser equitativa; el 33% será para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios.

Con esta redistribución se pretende dar acceso a los medios a la gente común para que exprese su visión del futuro, de lo económico, social y político.

Es importante que la democratización de los medios incluya como meta lo estipulado por la UNESCO (2010) cuando mencionó que deben considerarse como supuestos básicos de información, al apuntar a sus cuatro ejes de trabajo:

1. Promoción de un entorno de libertad de información.
2. Fomento del acceso universal a la información, a las nuevas tecnologías y la creación de infoestructuras.
3. Promoción del desarrollo de medios libres, independientes y pluralistas y de participación de comunidad.
4. Fortalecimiento del papel de la comunicación en la promoción del entendimiento mutuo y la paz.

Según el Secretario del Senplades René Ramírez (2010), la democratización de los medios implica: la redistribución de frecuencias, crédito, acceso a información, capacitación y nuevas formas de propiedad.

3.2.2 Diversificación de las formas de propiedad y organización de los medios

A través del Proyecto de la Ley de Comunicación, el Gobierno Nacional se ha planteado el reto de impulsar un proceso sostenido de democratización de los medios de comunicación, por medio de lo cual pretende redistribuir las frecuencias y darles propietarios en porcentajes equitativos, considerando al sector privado, público y comunitario en igualdad de condiciones.

Lo que mueve al Gobierno a tomar estas políticas es precisamente dar cumplimiento con lo que estipula el Plan Nacional del Buen Vivir (2009), que va más allá de ser un asunto de justicia social. El Buen Vivir origina una perspectiva fundada en la dignidad humana y en el libre ejercicio y disfrute de los derechos, así las personas sea de forma individual o colectiva pasan de ser observantes a ser actrices.

3.2.3 Cambio en las relaciones de poder entre Estado - ciudadanía –empresas privadas de comunicación

Para comprender de mejor forma el cambio en las relaciones de poder entre Estado-ciudadanía –empresas privadas de comunicación, es preciso analizar los sucesos que al respecto se han dado a partir el año 2007 cuando Rafael Correa asumió la presidencia, en esa época “eran ocho los grupos empresariales que controlaban los principales medios de comunicación” (Sáenz, 2012) (escritos, radiofónicos y televisivos). Algunos de estos medios mantenían relación directa con grupos de poder económico como la banca, adicionalmente no existían medios de comunicación que fueran del Estado.

La Constitución de 2008 prohibió que los grupos financieros inviertan en medios de comunicación, tema que fue confirmado con la consulta popular del año 2011, así el propietario del Banco del Pichincha y principal accionista de Teleamazonas tuvo que vender sus acciones, a este hecho se sumó que la AGD incautó algunos medios como: TC televisión, GamaTV, diario el Telégrafo que pasaron a ser administrados por el Estado.

Hasta ese entonces los grandes medios que eran intocables, tuvieron que participar en la información social con los medios públicos por primera vez en la historia del país (Sáenz, 2012).

A estos acontecimientos debe añadirse el debate constante que ha existido alrededor de la Ley de Comunicación, misma que después de dos años fue presentada a votación y actualmente se encuentra estancada en la Asamblea Nacional.

La Ley Orgánica de Comunicación busca la democratización de la comunicación social y uno de los temas centrales que plantea es “la pluralidad en la comunicación con igualdad de condiciones en el espacio radioeléctrico para medios públicos, privados y comunitarios, frecuencias que actualmente están bajo una especie de oligopolio privado y que en muchos casos fueron entregadas de forma clientelar” (Sáenz, 2012).

En este escenario gran parte de la prensa privada se ha establecido como actor político que “desarrolla una retórica llena de tergiversaciones sin mayor sustento” (Sáenz, 2012). Los protagonistas que pertenecen al grupo de la prensa privada buscan defender los privilegios bajo los cuales han venido operando, en el cual incluso han utilizado su poder de sugestión para beneficios particulares.

“En este ejercicio han creado la figura de un supuesto autoritarismo contra la libertad de expresión, cuando lo que ocurre es que el Estado busca responder a las demandas populares antes que a los intereses particulares de los gremios empresariales” (Sáenz, 2012).

La nueva Constitución del 2008, dejó atrás la idea neoliberal y mantiene en sus lineamientos las políticas del buen vivir en donde el papel soberano y regulador del Estado debe estar al servicio de la comunidad. Para conseguir plasmar en la práctica esto, ha sido necesario que el gobierno establezca diferentes políticas públicas en materia económica, mismas que han requerido una planificación constante. No obstante, toda transformación democrática genera resistencias por parte de los sectores conservadores que “tratan de evitar la variación del *status quo*, a pesar que el gobierno proviene de elecciones legítimas y sus decisiones tienen un fuerte respaldo popular” (Sáenz, 2012).

Actualmente, el gobierno enfrenta confrontaciones constantes con sus contrarios, responde sin vacilaciones a todo aquel que lo distinguen con autoritario, incluidos los profesionales de la comunicación privada. El presidente Correa mantiene un discurso

que fracciona el espacio público entre quienes están a su favor y por ende con la “revolución ciudadana” y quienes buscan volver al pasado.

3.2.4 Avance en la construcción del nuevo modelo comunicacional del gobierno de la Revolución Ciudadana

El Programa de Gobierno 2013-2017 de la Revolución Ciudadana, establece que el horizonte político que busca es el “socialismo del Buen Vivir”, mismo que pronuncia “la lucha por la justicia social, la igualdad y la abolición de los privilegios con la construcción de una sociedad enmarcada en el respeto a la diversidad (...)” (Alianza País, 2013, pág. 35).

El gobierno ha asumido la batalla por la palabra, se ha enfrentado a los grandes monopolios que negocian con la información, que a su parecer han reducido la libertad de expresión a libertad de empresa (Alianza País, 2013, pág. 20).

En la Constitución de 2008 la comunicación fue atribuida como un derecho de todos/as los/as ecuatorianos/as a nivel individual o colectivo. Según Alianza País (2013), el proceso en la construcción del nuevo modelo comunicacional se dio lugar en el proceso democrático del 2011 (Consulta Popular), en el cual el pueblo ecuatoriano se pronunció con su voto por disponer la separación entre la actividad mediática de otras actividades económicas. Así se procedió al cambio instaurado durante el neoliberalismo quien “mantuvo privatizado el derecho a la información, que permaneció atado a los intereses del mercado” (p.170).

Según el gobierno, los cambios impulsados por la Revolución Ciudadana representan una amenaza a los privilegios de quienes se oponen a la transformación del Ecuador, han sido varios años en los cuales se han debatido criterios en favor y en contra alrededor de la prensa, los medios privados y la libertad de expresión.

Aún queda por definir la nueva Ley Orgánica de Comunicación la cual permitirá regular a los medios y la información que por ellos se transmiten considerando “la igualdad como inclusión de los individuos y colectivos (...), articula políticas distributivas y redistributivas –todo para todos-, el combate frontal a los privilegios

de todo tipo, (...) y el desmontaje de las jerarquías (...)” (Alianza País, 2013, pág. 39)

Dentro de las líneas de acción que establece el Programa de Gobierno 2013-2017 de la Revolución Ciudadana en referencia a la comunicación se encuentran:

- La consolidación de los medios públicos.
- Ampliación de medios comunitarios.
- Impulsar la democratización de espectro radioeléctrico.
- Aprobar y poner en vigencia la Ley de Comunicación a corto plazo.
- Fomentar una educación crítica sobre los mensajes y contenidos.
- Definir políticas públicas de comunicación para potenciar la libertad de expresión alejada de criterios y conceptos mercantiles.
- Colocar como un tema prioritario a la comunicación en la agenda regional de organismos como UNASUR, CELAC y ALBA, con el fin de desarrollar estrategias y acciones comunes como medios regionales y alianzas entre agencias informativas.

“Hemos avanzado en esa batalla pero aún nos faltan pasos gigantes para la plena democratización del campo comunicacional” (Alianza País, 2013, pág. 20).

CAPÍTULO IV

1. REVISITANDO LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

Luego de la simbólica caída del muro de Berlín, que en realidad significó el principio del fin del sistema socialista soviético y la decadencia del modelo socialista marxista, muchos creyeron que había llegado la era del auge y consolidación definitiva del capitalismo transnacional, como única alternativa válida de “desarrollo” en el planeta. Sin embargo, desde 1.989, con la extinción de la Unión Soviética, se evidenció no solo el fracaso del modelo revolucionario marxista, considerado la panacea para alcanzar el desarrollo con “justicia social”, mediante la “propiedad colectiva de los medios de producción” y “la dictadura del proletariado”, sino también se pudo constatar que el modelo neoliberal tampoco significaba para los países pobres la solución para alcanzar un desarrollo equilibrado, pues si bien la expansión de este modelo posibilitaba el crecimiento económico, lo hacía mediante una cada vez mayor inequidad y exclusión social.

Esta situación condujo a que en algunas regiones, como América Latina por ejemplo, se reiniciara la búsqueda de nuevas concepciones teóricas para lograr el desarrollo, de tal forma que permitan amalgamar el respeto a los derechos y libertades individuales que promueve la “democracia capitalista”, con la justicia social del “socialismo económico”, idealizado por las teorías socialistas.

El intento de esbozar e implantar un nuevo modelo de desarrollo que respete los derechos y libertades individuales y a la vez establezca la justicia social, no es nuevo en el planeta. En cierta forma, lo propio ha pretendido realizar desde hace mucho tiempo la socialdemocracia en el Ecuador y el mundo. La diferencia, en esta ocasión, probablemente radique en que “el socialismo del buen vivir” se propone incorporar un componente “revolucionario” a dicho modelo, de forma que lleve a la modificación de las relaciones sociales de producción, mediante la democratización y nuevas formas de propiedad de los medios de producción, elementos que diferenciarían y superarían la idea evolucionista de cambio hacia el “socialismo

democrático”, sin modificaciones sustanciales del sistema capitalista, propuesto por la socialdemocracia.

La diferencia entre los modelos de desarrollo capitalista y socialista marxista consiste sustancialmente en la propiedad y uso con fines privados o sociales, respectivamente, de los medios de producción. En el modelo capitalista los bancos, la tecnología, la tierra, las edificaciones, los medios de comunicación, el trabajo, etc. son de propiedad privada y sus propietarios los usan con el fines de rentabilidad, en cambio en el modelo socialista marxista los medios de producción son de propiedad pública o del Estado y éste los usa para satisfacer las necesidades de la población. En el ámbito político, el modelo capitalista se sustenta en el “sistema democrático”, que garantiza el pleno ejercicio de los derechos individuales: de elección, expresión, acción, etc. En cambio en el modelo socialista marxista, el fundamento político, es la “dictadura del proletariado”, que simboliza la supremacía de los derechos colectivos sobre los individuales, ejercidos por el Estado en representación de toda la sociedad, que a la vez garantiza la implantación y supervivencia del modelo.

En el sistema capitalista la comunicación y sus medios están en manos de empresas privadas, cuyo objetivo es obtener la máxima rentabilidad de su uso, ya sea compitiendo o conformando monopolios entre ellas, realizando grandes inversiones, minimizando costos y usando las tecnologías más modernas. Este proceso ha convertido a muchas empresas de comunicación al interior de sus países en detentores de ingentes recursos económicos y comunicacionales, y consecuentemente poseedores de un considerable “poder fáctico”, que muchas veces rivaliza con el poder político del Estado, y, en los países desarrollados, han transformado en verdaderas empresas transnacionales con influencia geopolítica en varios países del mundo.

De ahí que surgen interrogantes como: ¿Cuán relativo es el beneficio que obtiene la población del uso de la libertad de expresión por parte de los medios en los países capitalistas? ¿El uso sin control de dicha libertad ha llevado a los dueños de los medios a falsear la verdad, manipular y re direccionar deliberadamente la información, cuando de defender sus intereses económicos o políticos de sus allegados se trata?.

En el modelo socialista marxista, en cambio, la comunicación y sus medios son controlados totalmente por el Estado. En este sistema el Estado suprime la libertad de expresión, al igual que los demás derechos individuales, con el objetivo de que la comunicación y sus medios respondan a los “objetivos e intereses de toda la sociedad”. De esta forma, la comunicación y sus medios terminan siendo instrumentos de ideologización, difusión y defensa de los objetivos y acciones del partido oficialista que gobierna el país.

La supresión de la libertad de expresión y el control de la comunicación y sus medios, ha permitido a los Estados socialistas marxistas eliminar cualquier intento de opinión y acción en su contra, así como a facilitado la difusión e implantación de la ideología socialista, como única alternativa de desarrollo y de gobierno. El éxito de esta estrategia estuvo supeditado al mayor o menor aislamiento que los países socialistas marxistas lograban mantener del “mundo capitalista”. En la actualidad con el uso masivo del internet y la telefonía celular a escala planetaria, esta estrategia es útil solo para algunos países como Corea del Norte, por ejemplo, que ha logrado mantener aislada a su población del mundo occidental, mediante la prohibición total del uso de dichos medios modernos de información y comunicación.

La decisiva influencia que tiene el desarrollo científico y tecnológico en los diversos campos de la acción humana, incluidos el social y el político, especialmente el desarrollo, aplicación y uso de las tecnologías de la información y comunicación, hemos constatado, una vez más, en los incontenibles levantamientos populares en contra de los regímenes totalitarios del Medio Oriente y el norte de África, que se están suscitando en los actuales momentos.

En el Ecuador, durante las últimas décadas del siglo anterior e inicios del actual, las corrientes políticas tradicionales, de tendencia neoliberal, consolidaron jurídica e institucionalmente el modelo de desarrollo rentista o capitalista, aumentando los desequilibrios económicos y sociales y el individualismo y el mercantilismo, no solo en el campo de las actividades productivas, sino también en el ámbito social y familiar, penetrando en casi todos los aspectos de la vida diaria de la población,

período al cual Rafael Correa, actual Presidente de la República, durante su campaña electoral le calificaría como la “larga y triste noche neoliberal”.

El aumento de los privilegios de unos pocos y de la exclusión de amplios sectores sociales ocasionados por la expansión de dicho modelo, se exteriorizó en una generalizada insatisfacción que a la vez se tradujo en un alto grado de inestabilidad en la conducción política del Estado. En menos de una década se suscitaron una serie de sucesivas revueltas que depusieron a tres Presidentes Constitucionales de la República, dando lugar a la designación por parte del Congreso Nacional de un presidente interino y de dos presidentes por sucesión constitucional, con lo cual dichos levantamientos nunca lograron la trascendencia revolucionaria esperada por sus actores, pues el poder era inmediatamente recuperado por los mismos grupos políticos tradicionales que gobernaban.

Las posibilidades de maniobra para capitalizar la insatisfacción social a su favor, por parte de dichos grupos, inicia su fin con la revuelta de los “forajidos”, que destituye a Lucio Gutiérrez. El Vicepresidente Alfredo Palacio, quien reemplaza al presidente depuesto, recogiendo el anhelo de la mayoría de la población, propone “refundar el Estado ecuatoriano”. Si bien esta intención no trasciende más allá del llamado a la ciudadanía a opinar sobre los aspectos esenciales que debería considerarse en dicha transformación, ayuda a generalizar la idea de que es necesario reemplazar la Constitución del 1998, de corte “neoliberal”, por otra que represente los intereses del “pueblo soberano del Ecuador”, mediante la convocatoria a una nueva Asamblea Constituyente.

Este anhelo, que en verdad es el resultado de todo un proceso social de cambio que se venía gestando desde algún tiempo atrás, causado por la inconformidad generalizada que el modelo rentista había acumulado durante varios años, condujo a diversas fuerzas políticas de izquierda: democráticas, marxistas, indigenistas, etc. a organizarse en torno al denominado “Movimiento Alianza PAIS”, con el objetivo de reestructurar el Estado ecuatoriano, mediante la expedición de una nueva Constitución de la República.

En efecto, luego de un intenso proceso eleccionario que da como resultado un panorama político claramente dividido entre los que defienden el “estatus quo” y los promotores del cambio, el 20 de octubre de 2008, se llega a poner en vigencia la nueva Constitución de la República del Ecuador, aprobada por una amplia mayoría de la corriente política de izquierda, quienes, además de incluir en el nuevo marco jurídico gran parte de su propuesta socialista del “buen vivir”, incorpora dos nuevas funciones al Estado ecuatoriano: la Función de Transparencia y Control Social y la Función Electoral, tradicionalmente compuesto por tres funciones: Legislativa, Ejecutiva y Judicial.

Evidentemente, este proceso de cambio que se inicia en el Ecuador no es un hecho fortuito y aislado, sino que se inserta en el re direccionamiento político hacia una mayor y real democratización que, desde hace algunos años, experimentan algunas regiones del mundo, entre ellas América Latina. El triunfo del partido demócrata en Estados Unidos y de los partidos socialistas en casi todos los países de América Latina y, más recientemente, la reforma del modelo político cubano efectuado por los mismos autores de la revolución marxista, después de más de cincuenta años de gobierno; las revueltas masivas contra los regímenes antidemocráticos, que han detentado el poder por varias décadas en los países del Medio Oriente y el norte de África, demuestran la ola democrática que está envolviendo al planeta, impulsada especialmente por las nuevas generaciones de jóvenes excluidos, en búsqueda de mejores alternativas de organización y conducción política para sus respectivos países.

Como hemos visto a lo largo de este trabajo, el alcance de la política de comunicación en el país, según lo propuesto y realizado hasta ahora por del Gobierno de la Revolución Ciudadana, ha consistido en lograr dos objetivos fundamentales: uno, la democratización de los medios de comunicación, es decir permitir la inclusión y acceso en las actividades de comunicación a otros actores sociales como las comunidades y el mismo Estado, que antes de este Gobierno estuvieron bajo el dominio casi exclusivo de la empresa privada, y, dos, la modernización de la sociedad ecuatoriana transformándola en una “sociedad de la información y el conocimiento (Consejo Nacional de Planificación, 2009, pág. 31), mediante el uso y desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, TIC.

Para alcanzar estos objetivos el Gobierno de la Revolución Ciudadana no dispuso de una estrategia clara que le permitiera enfrentar con éxito el poder fáctico de los medios de comunicación privados, que nunca se resignaron a aceptar que los beneficios de otros sectores sociales implique la disminución de los suyos. El sector privado mediante su estrategia de defensa de la libertad de expresión- que en realidad resultó ser defensa de la libertad de información de libre circulación-, logró detener durante cinco años la aprobación del proyecto de Ley de Comunicación¹⁹ preparado por el Gobierno de la Revolución Ciudadana.

Sólo después de experimentar la indeclinable oposición de los medios, el Gobierno de la Revolución Ciudadana asimiló que los cambios del modelo de comunicación en el Ecuador, que afecten los intereses de la empresa privada, debían también ser resueltos en la arena política. Sin embargo, ni la consulta popular realizada por el Gobierno Nacional pudo obtener el apoyo popular en las urnas, como en efecto lo obtuvo, pudo destrabar la aprobación de la ley de Comunicación en la Asamblea Nacional, pues los asambleístas de oposición decidieron apoyar las tesis de defensa de la libertad de expresión de los medios de comunicación y no enfrentar el poder de los medios.

Únicamente la oportunidad de un nuevo proceso electoral para elegir dignidades nacionales para un nuevo periodo gubernamental, permitió al Gobierno de la Revolución Ciudadana contar con la mayoría necesaria en la Asamblea Nacional para aprobar esta Ley, y se apresta, como primera acción de la nueva Asamblea, finalmente, cumplir con el objetivo de dotar al país de una Ley de Comunicación, como dispone la Constitución de la República desde el año 2008.

Si bien el Gobierno Nacional incluyó explícitamente la política de comunicación en el Plan Nacional del Buen Vivir, ésta no ha significado una política de reducción drástica, menos aún de eliminación, del sector empresarial privado de las actividades de comunicación.

19 La Primera Disposición Transitoria de la Constitución dispone que en el plazo máximo de trescientos sesenta días, la Asamblea y el Presidente de la República aprueben la Ley de Comunicación.

En cuanto a la democratización de la comunicación, no obstante la falta de una ley de comunicación sustentada en los postulados de Socialismo del Buen Vivir, la política democratizadora de los medios de comunicación planificada, y relativamente ejecutada, por el Gobierno de la Revolución Ciudadana pudo lograr cierta desmonopolización de los recursos informativos concentrados en manos privadas, y una incipiente redistribución de los mismos a los sectores sociales y de la ciudadanía excluidos en el anterior modelo, mediante la aplicación de la Vigésima novena Disposición Transitoria de la Constitución que ordena la enajenación, en el plazo de dos años a partir de la entrada de la vigencia de la Constitución, de las participaciones accionarias de las personas naturales y jurídicas del sector financiero que tengan participación en el capital pagado de los medios de comunicación social del Ecuador.

Sn embargo, cabe destacar, esta desmonopolización no responde a una visión del Socialismo del Buen Vivir, orientada a suprimir la empresa privada de las actividades de comunicación, sino a dar cumplimiento con el mandato constitucional de crear un sistema de comunicación en la que coexistan la propiedad privada, pública y comunitaria de los medios de comunicación. El socialismo del Buen Vivir no busca erradicar la propiedad privada de los medios de comunicación, ni el control de la comunicación como un monopolio del Estado, igual que en el socialismo clásico, sino diversificar su propiedad, democratizándola bajo los parámetros Constitucionales, para que quienes asuman las actividades de comunicación lo hagan con la debida “responsabilidad social”.

Se entiende que la exigencia de la “responsabilidad social”, está dirigida sobre todo al sector privado de la comunicación, cuyas normas para lograr este objetivo constan en el proyecto de Ley de Comunicación, de manera que éste sector, a más de buscar la rentabilidad empresarial, se sujete a la política pública de comunicación que, según la Constitución, tiene como objetivo el “respeto irrestricto a la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos” (Asamblea Constituyente, 2008).

Sin embargo, es evidente que el hecho de que se mantenga al sector privado como parte del sistema de comunicación nacional, aunque la política de comunicación del

Gobierno de la Revolución Ciudadana logre reducir el poder mediático de este sector, continuará la pugna entre las dos concepciones irreconciliables de la política de comunicación.

Por una parte, la concepción “Liberal” asumida por los medios privados que defienden la libertad de expresión, - como libertad de empresa sin intromisión del Estado –y asumen a la comunicación como información de libre circulación; y, por otra, la “Socialista del Buen vivir “, adoptada por el Gobierno Nacional, que entiende la libertad de expresión, no sólo como un derecho de la ciudadanía a expresarse libremente a través de los medios privados, sino como un derecho de libre acceso a los recursos de información y comunicación que dispone el país; y promueve la democratización de la comunicación, mediante una política reguladora, desmonopolizadora y redistributiva de recursos, como instrumento para efectivizar el derecho a la comunicación de todas las personas a “una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”. (Asamblea Constituyente, 2008)

El enfrentamiento actual entre las dos concepciones ideológicas sobre la comunicación y su política, asumida por sus respectivos actores, pretende resolverse democráticamente en el Ecuador, como parte de la estrategia socialista posneoliberal que vive el país y Latinoamérica, y de una estrategia de democratización más amplia de otras latitudes del planeta, momento histórico que se presenta como una nueva etapa en el enfrentamiento ideológico-político que en el pasado, siglo XX, fue la causa de cruentas revoluciones como la soviética, china y cubana, y que en la actualidad admite la posibilidad de una transformación radical mediante cambios paulatinos en los diferentes áreas de la estructura social.

Sector privado vs. Ciudadanía.-

Según Auby y Ducos-Ader, citados por Exeny (1998) en su trabajo sobre Políticas de Comunicación son cuatro las posibles actitudes que podría asumir el Estado respecto a los medios de comunicación (pág. 40):

2. Reglamentarista: cuando dicta algunas regulaciones, sin renunciar a organizar directamente servicios de información;
3. Dirigista: cuando administra el mismo todo o parte de los medios;
4. Intervencionista: cuando interviene respetando derechos de propiedad, para regular las actividades de los medios privados; y,
5. Liberal: cuando no interviene en nada, dejando todo a la iniciativa privada.

Si nos circunscribimos a la clasificación enunciada la orientación de las acciones en el campo de la comunicación ejercida por el Gobierno Nacional, podríamos afirmar que la Política de Comunicación de este Gobierno ha sido de tipo intervencionista, en razón de que tanto la Constitución como el proyecto de Ley apuntan a normar las acciones de los medios privados, respetando su derecho a la propiedad, aunque también el Gobierno haya realizado incautaciones de algunos de ellos, motivado por razones de incumplimiento financiero antes que con fines de expropiación para el control de la comunicación.

Asimismo, en relación a los servicios radioeléctricos, Exeni (1998) cita cuatro modalidades elaboradas por la UNESCO, que son (pág. 22):

1. Manejo estatal de la totalidad de medios de comunicación, sin participación del sector privado (o estatización del sistema);
2. Sumisión del sector privado a normas estrictas en cuanto a su funcionamiento, potenciando al propio tiempo los medios estatales;
3. Mantenimiento de ambos sistemas, el público y el privado, bajo un régimen que regule su funcionamiento; y,
4. No propiedad de los medios de comunicación por parte del Estado, quien se convierte exclusivamente en productor de programas y utiliza los medios privados para su difusión.

Considerando la clasificación descrita, evidentemente la Política de Comunicación Pública del Gobierno Nacional se enmarca en una política de “sumisión del sector privado a normas estrictas de funcionamiento, potenciando al mismo tiempo los medios estatales”, pues fiel a la ideología del socialismo del Buen Vivir el gobierno ha puesto el interés público sobre el privado, considerando al trabajo más importante

que el capital y, consecuentemente, al Estado le corresponde gobernar los mercados, controlar los monopolios y regular los capitales para ponerlos al servicio del bien común y del trabajo, ya que “el mercado es un buen sirviente pero un pésimo amo”(Alianza País, 2013, pág. 20).

La propuesta socialista de gobierno del “Movimiento Alianza PAIS” se inscribe en lo que podría llamarse la idea de implantar un “socialismo revolucionario en democracia”, sin embargo, como han expresado algunos de sus mismos ideólogos, este “socialismo del buen vivir” es apenas un proyecto en construcción.

No obstante, como señalamos anteriormente, este proyecto de socialismo no se trataría del “socialismo democrático” que en su momento propuso e intentó establecer la socialdemocracia en el país, a través del partido “Izquierda Democrática”, sino una idea que “apuesta por la democratización de la propiedad y de los medios de producción, sin descartar, por supuesto, que el Estado sea también propietario de importantes sectores estratégicos. Pero, uno de los grandes retos del Socialismo del Buen Vivir es buscar que los trabajadores, las comunidades y los ciudadanos de a pie, se vuelvan dueños de los medios de producción” (Alianza País, 2013).

Evidentemente, que la idea de democratizar la propiedad de los medios de producción, haciendo que los trabajadores, las comunidades y los ciudadanos se vuelvan sus dueños y que el Estado sea propietario de los sectores considerados estratégicos, no coincide con el principio del socialismo marxista de transferir totalmente la propiedad de los medios de producción al Estado, a nombre de toda la sociedad, sino que se trata de efectivamente un intento por “democratizar la propiedad de los medios de producción”, haciendo que los medios de producción que hoy son de propiedad de unos pocos empresarios pasen a ser propiedad de una mayor cantidad de trabajadores, comunidades y ciudadanos.

Es decir, no se trataría de una modificación cualitativa total de las relaciones de producción entre los propietarios de los medios de producción y del trabajo, de tal forma que la plusvalía generada pase totalmente a manos del Estado y éste la redistribuya en función social, como es la propuesta del “socialismo marxista”, sino

de cambios cualitativos y cuantitativos parciales en los que la plusvalía generada beneficie directamente a una mayor cantidad de propietarios de medios de producción.

CONCLUSIONES

1. Durante el análisis de las políticas públicas de comunicación vigentes; se denota que en el Ecuador el modelo de comunicación que se ha vislumbrado desde hace décadas ha sido el neoliberalista sujeto a la “Ley de Radiodifusión y Televisión”, emitida el 18 de abril de 1975, la cual tiene conceptos muy amplios que no conllevan regulaciones o aspectos de control específicos ni muchos menos toma en cuenta a la comunicación en su aspecto total, lo que ha contribuido para que los medios de comunicación social hayan conservado un inmenso poder fáctico en el proceso de la política en el Ecuador, es por ello que en la actualidad genere tanta controversia que se haya expedido una Nueva Ley, en la que se han modificado varios aspectos, uno de ellos “El Consejo de Regulación y desarrollo de la Información y Comunicación” causando malestar a varios medios y comunicadores, porque manifiestan que se atenta contra la libertad de expresión,
2. La Constitución de 2008 manifiesta que el Estado debe fomentar la pluralidad y la diversidad en la comunicación, garantizando la asignación de frecuencias siempre velando por el interés colectivo, en los cuales se atañen a los medios públicos, privados y comunitarios; además, prohíbe el oligopolio directo o indirecto de la propiedad de los medios y el uso de frecuencias, esto último fue ratificado en el referéndum que se llevó a cabo en el año 2011, pero en realidad lo estipulado en la ley no es lo que se vive, pues aun no gozamos de la verdadera democratización de los medios, en su real dimensión.
3. A partir de que el Economista Rafael Correa asumiera el poder ha existido un gran debate en relación al tema de la comunicación social en el país, el Proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación ha sido llevado a discusión a la Asamblea Nacional, hasta el día 14 de junio que fue aprobada por una mayoría absoluta en el Pleno, pero cabe mencionar que para los diferentes actores de la sociedad (comunicadores sociales, estudiantes de comunicación, sociedad en general), la misma tenía que seguir manteniéndose en debate; pues una Ley de tal importancia debe abarcar debates, sugerencias, críticas, propuestas, puntos de vista de todos quienes se ven afectados por la misma.

4. El discurso progresista y sus proclamas nacionalistas en contra del neoliberalismo; así como todo aquello que pareciera “partidocracia” han convertido al presidente Rafael Correa en un personaje mediático, quien ha asegurado en muchas de sus intervenciones la necesidad de “democratizar” la propiedad de los medios de comunicación, estableciendo el 33% para medios públicos, 33% para los privados y el 34% para los comunitarios; con la Ley de Comunicación aprobada, tenemos un escenario en el que no solo debemos ser espectadores sino cumplir el rol de sujetos críticos en el momento de su aplicación.
5. De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo o Plan Nacional para el Buen Vivir, el Estado pretende ser efectivamente democrático, bajo una distribución de representación política pluralista y diversa, en la que se dé lugar a la participación ciudadana y a la reflexión pública en la toma de decisiones y en el control social de la acción, en donde se consoliden los medios de comunicación públicos, se amplíen los medios comunitarios, se impulse la democratización del espectro radioeléctrico, se fomente una educación crítica sobre los mensajes y contenidos y se definan políticas públicas que potencialicen la libertad de expresión sin confundirla con libertad de empresa, y es por ello que al concluir este trabajo, podemos afirmar que en todos los países, el sector de la comunicación debe ser el máspreciado por los ciudadanos, pues el derecho a la comunicación es emergente, y en el caso de los comunicadores que gozamos con este derecho, debemos asumirlo con responsabilidad y ética.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que se revisen todas las propuestas existentes a la nueva Ley de Comunicación y se analicen de forma equitativa, de tal manera que el resultado final beneficie a toda la comunidad ecuatoriana.
2. Se recomienda que en el debate que abarque el tema de comunicación en el Ecuador, se respete lo estipulado en la Constitución del 2008, así como el mandato ciudadano del referéndum del año 2011.
3. Se recomienda que se analicen las causas principales que no han permitido aprobar la nueva ley de comunicación, para así buscar una salida democrática que beneficie a todos los implicados en el marco de la Constitución.
4. Se recomienda analizar la incidencia que tendría la aplicación de la democratización de los medios de comunicación, observando los efectos que esto pudiera ocasionar tanto en la sociedad como en los medios.
5. Se recomienda que se analicen las políticas establecidas en relación a la comunicación social en el Plan Nacional para el Buen Vivir, para conocer las incidencias que estas tendrían sobre la sociedad.

LISTA DE REFERENCIAS

1. Abatedaga, N. (2008). *Comunicación. Epistemología y metodologías para planificar por consensos*. Córdoba: Brujas.
2. Bolaño, C. (2011). Comunicación y crisis del capitalismo en América Latina. *Quórum Académico*, 133-146.
3. Botero, L. (2006). Comunicación pública y la construcción de la democracia. *Uni revista*, 1-9.
4. Campbell, A. P. (2006). *Derecho a decidir. Propuestas para el socialismo del siglo XXI*. España: El Viejo Roble.
5. Cegarra, S. J. (2012). *La comunicación en la innovación tecnológica*. Madrid: Diaz de Santos.
6. Diario El Tiempo. (4 de Octubre de 2008). Constitución define un nuevo sistema de comunicación. *Diario El Tiempo*, págs. 1-2.
7. Hernández, D. O. (2010). *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*. Buenos Aires: CLACSO.
8. Hernández, G. (2008). *Las 3 "T" de la comunicación en Venezuela: Televisión, teoría y televidentes*. Caracas: UCAB.
9. Jurado, R. (2009). *Rastreo normativo del contenido de la comunicación en la Constitución del Ecuador*. Quito: CIESPAL.
10. Menéndez, A. M. (2004). *Comunicación política*. México: UNAM.
11. Ricaurte, C. (2009). *La palabra rota*. Quito: Fundamedios.

12. Valarezo, G. y. (2004). *El desarrollo local en el Ecuador. Historia, actos y métodos*. Quito: Abya Yala.
13. Velásquez, J. (2007). *¿Qué es la comunicación pública?* Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
14. Documentos de análisis. (1 de Marzo de 2010). *Los medios de comunicación bajo el capitalismo: clase contra clase*. Recuperado el 4 de Enero de 2013, de <http://documentosgmr.blogspot.com/2010/03/los-medios-de-comunicacion-bajo-el.html>
15. Jurado, R. (2012). *CIESPAL.net*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2012, de Derecho a la comunicación en Ecuador: Avances, dificultades y expectativas.: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/ensayos/237-derecho-a-la-comunicacion-en-ecuador-avances-dificultades-y-expectativas-.html>
16. Justel, T. V. (27 de Noviembre de 2004). *Mundo cultural hispano*. Recuperado el 15 de Abril de 2013, de www.mundoculturalhispano.com
17. La línea de fuego. (22 de Mayo de 2012). Recuperado el 23 de Diciembre de 2012, de <http://lalineadefuego.info/2012/05/22/la-ley-y-los-medios-lo-bueno-lo-malo-y-lo-feo-por-lalineadefuego/>
18. Monedero, J. C. (8 de Diciembre de 2009). *Revista Envío digital*. Recuperado el 12 de Enero de 2013, de Socialismo del siglo XXI, un modelo para armar y desarmar.: <http://www.envio.org.ni/articulo/4109>
19. Orellana, C. (29 de Diciembre de 2011). *El Diario*. Recuperado el 8 de Febrero de 2013, de ¿Son los medios un poder fáctico?: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/215222-son-los-medios-un-poder-factico/>
20. Programa Andino de Derechos Humanos. (2010). *Propiedad de los medios de comunicación*. Recuperado el 19 de Enero de 2013, de <http://www.uasb.edu.ec/padh/revista4/cris/propiedad.htm>

21. Revista Vanguardia. (2012). *Revista Vanguardia*. Recuperado el 21 de Enero de 2013, de http://www.revistavanguardia.com/index.php?option=com_content&view=article&id=902:ipor-que-correa-es-popular&catid=88:el-ensayo#top-toolbar-article

22. Sáenz, R. (Junio de 2012). *Fedaeps. Fundación de Estudios, Acción y Participación Social*. Recuperado el 20 de Enero de 2013, de <http://www.fedaeps.org/alternativas/gobierno-popular-y-medios-de>

23. Sáez, V. (Diciembre de 2010). *Razón y palabra*. Recuperado el 8 de Enero de 2013, de Un enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/27%20MARI_REVISADO.pdf

24. Tamayo, E. (2003). *ALAI. América Latina en movimiento*. Recuperado el 16 de Febrero de 2012, de Democracia, neoliberalismo y comunicación.: <http://alainet.org/active/22336>

25. Verón, E. (20 de Diciembre de 2009). *Yo comunicador.wordpress.com*. Recuperado el 28 de Enero de 2013, de Ideología y comunicación de masas, la semantización de la violencia política.: <http://yocomunicador.wordpress.com/2009/12/20/resumen-ideologia-y-comunicacion-de-masas-la-semantizacion-de-la-violencia-politica/>

26. Alianza País. (2013). Programa de Gobierno 2013-2017. 35 Propuestas para el Socialismo del Buen Vivir. Quito: Alianza País.

27. Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Registro Oficial.

28. CIESPAL. (2009). Percepción sobre los medios públicos en Ecuador. Quito: Área de investigación.

29. Consejo Nacional de Planificación. (2009). Plan Nacional para el buen vivir. 2009-2013. Quito: Senplades.
30. Presidencia de la República. (2011). Ley Orgánica de Economía popular solidaria y del sector financiero popular y solidario. Quito: Registro Oficial.
31. Ramírez, R. (15 de Septiembre de 2010). Plan Nacional del Buen Vivir construirá otro tipo de riqueza que permita mayor integración social. (E. inmediato, Entrevistador)
32. UNESCO. (2003). Informe mundial sobre la comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías. España: UNESCO.
33. UNESCO. (2010). Los desafíos para construir ciudadanía. Seminario: Medios de Comunicación como plataforma de diálogo. Santiago de Chile: UNESCO.